

Gheorghe Achiței

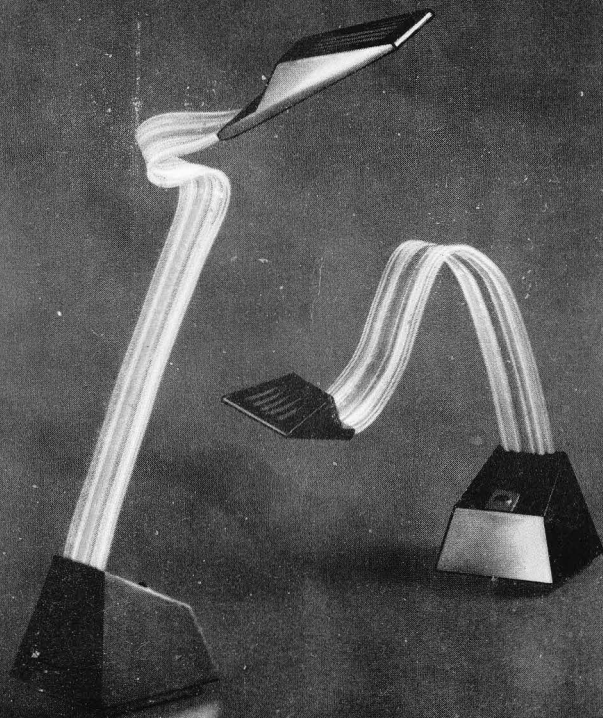
frumosul dincolo de artă



Editura Meridiane

Gheorghe Achiței

frumosul dincolo
de artă



Editura Meridiane

frumosul dincolo de artă

„Constituie o realitate evidentă astăzi ampla expansiune a frumosului în aproape toate sferele vieții umane. Pretutindeni intervine problema unui plus de frumusețe care se cere instaurat. Pretutindeni intervine problema formelor capabile ca, dincolo de eventuala lor destinație practică, să încinte privirea, să apară ca „plăcute“. Frumosul, cîndva exclusiv obiect de considerații metafizice, prezintă, în aceste ultime decenii ale secolului XX, numeroase implicații în sferele economiei și ale culturii, vizînd, deopotrivă, activitățile productive și cele recreative. Obiectele utilitare produse industrial, care se impun ca lucruri frumoase, sau îmbrăcămintea „prêt-à-porter“, concepută în consens cu linia modelului pot fi invocate drept argumente în sprijinul acestei afirmații.”

GHEORGHE ACHITEI

PREMISE

Rămâne citeodată nedeslușit adevăratul sens al unora dintre mutațiile importante ce au loc astăzi în viața estetică. Cauzele acestui fapt sînt prea numeroase pentru a putea fi reținute integral aici. Merită, totuși, măcar amintite, cele prezentînd o importanță deosebită.

Ritmul prefacerilor pare a se fi accelerat pînă într-atît, încît omul a ajuns să nu mai aibă decît relativ rar răgazul necesar observației profunde și reflecției temeinice. S-ar părea că existența noastră tinde a se impune astfel tot mai mult prin trăire, în detrimentul, bineînțeles, al meditației. Platon, convins cîndva că „o viață necugetată nu merită să fie trăită“, s-ar afla desigur, printre noi, în dificultate.

Devin îngrijorătoare și proporțiile pe care a ajuns să le capete, în diferite medii, o anumită „fugă“ de reflecție — înțelegă ca tentativă de a căuta, releva și mărturisi adevărul în lumina experienței personal deținute — cu motivații foarte diverse. Unii invocă lipsa pregătirii corespunzătoare, alții se tem să nu devină ridicoli; alții consideră aceasta desuet; alții apreciază efortul drept inutil, devreme ce nimic nu se dovedește sigur și stabil.

Se cedează cu ușurință, în primul rînd din comoditate, dacă nu mai mult decît odinioară, cel puțin mai mult decît s-ar cuveni acum, spiri-

tului rutinier și tentațiilor simplificatorii. Nu de puține ori prezentul este abordat doar ca prelungire a trecutului, întrucît pentru interpretarea acestuia există tehnici consacrate și o terminologie constituită.

Adăugînd la toate acestea și faptul că, prin natura lucrurilor, fiecare tînde, de obicei, să pună cu precădere preț pe aspectele șocante și spectaculoase atunci cînd caută să înțeleagă ceva, vom avea o explicație aproximativă a confuziilor ce se fac și a erorilor ce se comit.

Cu experiența zilei de azi încercăm, după cum este și firesc, să anticipăm viitorul, formulînd presupozitii, întocmind proiecte, făurindu-ne idealuri. Este limpede că neînțelegerea corectă a prezentului estetic va duce la abordarea inadecvată a viitorului, idealurile riscînd să se transforme în iluzii, proiectele în utopii.

Așadar, inclusiv pentru inserarea noastră normală în viitor, se impune o mai atentă deslușire a sensului unora dintre impresionantele prefaceri la care sintem martori.

Pot fi detectate la orizonturile vieții estetice contemporane, mai clar sau mai puțin clar, unele fenomene în măsură să ne ajute nu atît a prevedea viitorul, cit a-l întîmpina lucid. Studiul acestor fenomene — nu numai la noi — este încă timid și practicat preponderent cu mijloacele poeziei sau ale eseisticii sentimentale. Lipsesc încercările de sistematizare a experiențelor deja deținute, la nivelul unor analize mai riguroase și mai ample. Desigur, cine se angajează pe o asemenea cale își asumă importante riscuri. În primul rînd, riscul de a fi contrazis de o altă interpretare a aceluiași material. Ne aflăm pe un teren unde opiniile pro și contra pot fi deopotrivă argumentate. În al doilea rînd, riscul de a fi corectat de ceea ce urmează să se „întîmple“. În al treilea rînd, riscul de a fi completat prin luarea în considerare și a altor resorturi ale fenomenelor studiate.

Mărturisim, astfel, de la bun început, că în susținerea ideilor ce vor fi prezentate în conti-

nuare ne-am sprijinit doar pe experiențele din perimetrul vizualității care ne-au fost mai familiare. Luîndu-se în considerare și alte experiențe, chiar dacă ideile susținute nu ar fi infirmate, s-ar impune, probabil, recunoașterea unor probleme asupra cărora, deocamdată, nu ne-am oprit.

Printre schimbările importante ce au loc astăzi în lume și al căror sens trece oarecum neobservat, trebuie recunoscute și cele care privesc marelui interes, prezent aproape pretutindeni, pentru formele chemate să asigure existenței noastre cotidiene un plus de frumusețe. Obiectele utilitare produse industrial care se impun și ca „lucruri frumoase“, îmbrăcămintea realizată la scara marilor serii în consens cu linia modei, mobilierul, țesăturile decorative, pot fi invocate drept argumente în sprijinul acestei afirmații. Majoritatea oamenilor consideră că, în condițiile de confort, posibile astăzi, au, parafrazînd o expresie-poncif, „dreptul la mai mult frumos“. Sintem convinși că lumea trebuie să devină nu doar mai bună și mai dreaptă, ci și mai frumoasă, principalele strategii sociale ce urmează a-și găsi aplicare neputînd ignora nici o asemenea perspectivă. E de presupus că în anii ce vin dezvoltarea fenomenului la care ne referim va căpăta noi impulsuri, întrucît viitorul înseamnă, printre altele, și treptata izgonire a urîtului din preajma noastră.

Problema frumuseții, cîndva exclusiv obiect de considerații metafizice, prezintă, astfel, în aceste ultime decenii ale secolului XX, numeroase implicații politice, vizînd, deopotrivă, economia și cultura, activitățile productive și activitățile recreative.

Obișnuit, la nivelul tipului de gîndire comodă, cazurile ilustrînd actualele preocupări ce urmăresc asigurarea unui plus de frumusețe habitatului uman ori nu sînt luate în seamă, ori sînt întegrate domeniilor artistice tradiționale. Ambele atitudini vin în contradicție cu anumite categorii de situații pentru a căror desemnare la

nivelul vorbirii curente se întâlnesc deja diferiți termeni, indicând nu numai stări de lucruri evidente, dar și manifestări deosebite de cele din perimetrul artei: artizanat, design, amenajat estetic — interior și exterior etc. Mai poate surprinde atunci faptul că scrierile afectate de atari încurcături de obicei complica problemele în loc să le rezolve?

Pe de altă parte, destule persoane înțeleg frumosul ca pe un fel de sinonim al unui alt cuvânt: „esteticul“, identificat, la rindul lui, cu domeniul artei. E limpede însă că esteticul privește — astăzi, cel puțin — o realitate mult mai vastă și mai complexă decît cea a frumosului sau a artei, iar tendința de a le privi ca sinonime se transformă într-o nouă sursă de eroare. Diverse studii publicate în ultimii ani au stărunit, de pildă, asupra amplului proces de expansiune a esteticului, ce poate fi cu ușurință constatat de la o vreme; probabil, el se datorește, înainte de toate, apariției noilor mijloace de comunicație și perfecționării celor vechi, grație cuceririlor științei și tehnicii moderne. A înțelege acest proces doar din perspectiva a ceea ce se întîmplă în perimetrul artei sau al frumosului devine neconcludent. Actuala „mișcare pentru frumos“ ne oferă posibilitatea de a cunoaște numai unele dintre aspectele sale semnificative, ea neputîndu-l, nici pe departe, epuiza.

De aceea, ni se pare necesară, încă de la început, delimitarea, măcar tatonantă, a celor doi termeni — *estetic* și *frumos* — în lumina accepțiunilor ce li se acordă în textele recente de specialitate.

Pînă în secolul trecut, „frumos“ era utilizat cu unele accepțiuni care îi permiteau să acopere parțial și ceea ce e desemnat acum prin „estetic“. La nivelul vorbirii curente, o parte din ele se mai păstrează încă. Multă vreme, grațiosul și sublimul au fost considerate simple „modificații“ ale frumosului. Lor li se putea adăuga, eventual, agreabilul. Despre tragic și comic se discuta numai în lumina frumuseții operei de artă.

Estetica tradițională distingea două categorii de forme capabile a „inspira“ sentimentul de frumos în diferitele sale variante: formele artistice și formele din natură. Pentru frumosul specific formelor cu statut de operă, posteritatea kantiană a consacrat expresia *frumos artistic*, iar pentru frumosul specific formelor din natură a consacrat expresia *frumos natural*. Disputele referitoare la specificul celor două tipuri de frumos au continuat, după cum se știe, pînă în vremea din urmă.

Ideea că opera de artă se dovedește întotdeauna frumoasă, indiferent de obiectul reprezentării sale, care poate inspira și un alt sentiment, părea inițial unanim acceptată. Lucrurile s-au complicat însă atunci cînd s-a ajuns la recunoașterea adevărului că și o formă „urită“ se poate impune, în anumite condiții, ca operă de artă. Ele s-au complicat și mai mult cînd uritul a început să preocupe filosofii în calitate de „categorie estetică“. Pe la mijlocul secolului trecut, un elev al lui Hegel, Karl Rosenkranz (1805—1879), publică *Ästhetik des Hässlichen* (1855)*. Devenirea artei moderne — în condițiile căreia uritul a fost nu o dată afirmat prin intermediul formelor picturale, sculpturale și grafice ca „valoare expresivă“ — a obligat la reconsiderarea ideilor identificînd arta exclusiv cu domeniul frumosului.**

Pe fondul unor atari contradicții, căutări și preocupări a fost obținut — prin derivare de la denumirea științei întemeiate de către Alexander Baumgarten — și lansat *esteticul*, termen, totuși, ambiguu, desemnînd, aproximativ, realitatea formelor vizuale capabile să „provoace“ diferite sentimente, la nivelul simplei lor contemplări.

* Karl Rosenkranz, *Estetica uritului*, București, Ed. Meridiane, 1985.

** O prezentare detaliată a momentelor și etapelor parcurse, precum și a problemelor ce s-au ivit în această privință, ne oferă Lydie Krestovski în interesantul său studiu: *La laideur dans l'art à travers les âges*, Paris, Editions du Seuil, 1947.

Pe linia vechii convingeri că estetica are ca obiect de studiu frumosul și arta, nu a fost greu să se ajungă la interpretarea noului termen ca sinonim al acestora. Iar dacă frumosul poate fi interpretat în calitate de categorie estetică, merită oare să avem rețineri în a aborda și termenul nou apărut astfel? Răspunsul negativ la această întrebare va sfida puțin logica; evident, esteticul nu poate constitui propria sa categorie. De aceea, unii au înțeles esteticul într-un sens mai larg, ca pe o categorie generală a cunoașterii. Celor care au optat pentru o asemenea înțelegere a esteticului li s-a replicat că nici Aristotel — „părintele“ termenului de categorie —, nici Kant — filosoful care a sistematizat problema categoriilor în spirit modern — nu au avut în vedere cazul frumosului sau al artei. Pe asemenea temeuri, s-a ajuns la înțelegerea esteticului ca modalitate de raportare a omului la lumea din jur. În acest sens, Victor Basch (1863—1944)*, unul dintre gânditorii francezi, cindva în vogă, procedează la convertirea problemei esteticului în problemă a *atitudinii estetice*. Într-un studiu celebru, intitulat *Le maître problème de l'esthétique***, el distinge cinci atitudini umane posibile față de lumea înconjurătoare: atitudinea practic-sensibilă, care constituie răspunsul nostru la cerințele primordiale ale vieții; atitudinea intelectuală, din perspectiva căreia se justifică întreaga activitate teoretică; atitudinea morală; atitudinea religioasă și atitudinea estetică. Spre deosebire de celelalte tipuri de atitudine umană, explicabile în lumina diferitelor noastre trebuințe, interese, dorințe sau în lumina sistemelor de exigențe instituite, atitudinea estetică nu ar avea o motivație precisă. Ea ar presupune o raportare „dezinteresată“ la lumea din jur, simpla aderare la forme în numele unei simpatii fără temeii.

* Pentru informarea și orientarea cititorului, în cazul autorilor străini despre care nu pot fi găsite ușor informații, a fost trecut, în paranteză, și perioada în care au trăit.
** Inclus în volumul: Victor Basch, *Essai d'esthétique, de philosophie et de littérature*, Paris, Alcan, 1934.

Convertirea problemei esteticului în problemă a atitudinii estetice ar fi putut determina noi dezbateri. Dar termenul la care ne referim intrase deja în circulație, iar utilizarea lui, oricare ar fi fost opinia filosofilor, nu mai putea fi oprită, cu toate că, datorită imprecizunii sale, continua să genereze confuzii. Abia după ultimul război mondial, partizanii filosofiei totalităților, ai teoriei ansamblurilor, iar mai nou, ai structuralismului și teoriei sistemelor vor căuta să-l explice într-un mod corespunzător propriului său trecut, evitînd subterfugiile. Esteticul e „văzut“, de astă dată, nu ca problemă de atitudine, ci ca „ansamblu“ coerent structurat, ca sistem în interiorul căruia se cere localizată existența unor subsisteme posedînd fiecare o relativă autonomie. Astfel înțeles, el ar cuprinde totalitatea fenomenelor în condițiile cărora intervine problema unor complexe de trăiri, desemnate generic prin cuvîntul *sentiment*, trăiri încercate exclusiv la nivelul contemplării formelor, dincolo de orice interes, indiferent, deci, de proprietatea respectivelor forme de a răspunde diferitelor trebuințe umane. Sfera esteticului ar include — potrivit acestui mod de înțelegere pe care îl considerăm ca fiind singurul acceptabil — diferite grupuri de situații comportînd un grad mai pronunțat sau mai puțin pronunțat de înrudire. Reținem, mai întîi, situațiile artistice, alcătuiind domeniul general al artei. Reținem, apoi, situațiile extra-artistice, alcătuiind domenii estetice distincte și independente, similare celui pe care îl desemnăm prin conceptul de artă: artizanatul, design-ul*, vestimentația etc.

* Unii dintre termenii specifici diferitelor capitole ale acestei cărți — design, designer, Kitsch etc. — se scriu în limba română conform uzanței limbii de origine, ceea ce dovedește un proces de asimilare încă neîncheiat. E limpede că articularea lor după regulile limbii române comportă un oarecare coeficient de arbitrar; alte posibilități însă nu există. Pentru a marca, totuși, acest coeficient de arbitrar, în cazul cuvintelor respective, articolul românesc apare precedat de cratimă. De asemenea, a fost folosită cratima în construcția expresiei „situațiile estetice

Nu ne-am propus aici o analiză mai amplă a conceptului contemporan de artă. Operațiunea se dovedește foarte delicată. E nevoie de multă atenție și prudență pentru a evita ajungerea în impas. Au apărut și în perimetrul artei destule situații noi, pe care terminologia tradițională nu le mai poate acoperi complet, iar noțiunile puse în circulație, pentru a le desemna, nu și-au găsit încă consacrarea. Numeroase materiale recent descoperite, ca și „utilajul“ modern folosit pentru prelucrarea materialelor tradiționale, te pun, la tot pasul, în dificultate. Formele întâlnite în sălile de expoziții, în muzeele de artă modernă, în sălile de artă contemporană ale muzeelor clasice se sustrag, întotdeauna, măcar parțial, accepiunilor pe care termenul de artă le avea nu pînă de mult. Totuși, chiar ținînd seama de ineditul situațiilor și de faptul că vechiul concept nu mai poate acoperi acum multitudinea de manifestări pe care le înglobează domeniul contemporan al artei, cînd vorbesc despre artă, oamenii au convingerea că sînt în „cunoștință de cauză“. Ei nu pot spune că știu exact ce este arta, dar o simt, potrivit educației primite și culturii pe care și-au format-o. Apoi mai există și anumite repere în trecut după care se pot orienta.

Dificultățile incomparabil mai mari încep atunci cînd încercăm să precizăm specificul fiecărui domeniu estetic extra-artistic. Fiind vorba de domenii estetice autonome constituite relativ recent, deci, mai puțin studiate, deși lumea le desemnează prin cuvinte aflate deja în circulație, încercarea de a le prezenta sistematic se dovedește întotdeauna anevoioasă.

Și totuși, a ne mulțumi cu poziția comodă ce presupune includerea în perimetrul artei a tuturor situațiilor estetice nou apărute înseamnă

extra-artistice“ pentru a sublinia faptul că artizanatul, design-ul, vestimentația etc. trebuie înțelese ca domenii estetice autonome, doar diferite de cel al artei, iar nu superioare artei, cum s-ar putea insinua scriindu-se simplu „extraartistice“.

a ignora realitatea. Cîteodată, tautologiile, în spiritul cărora se operează astfel, sînt mai mult decît bătătoare la ochi. A susține că artizanatul este artă constituie o eroare elementară pe care oricine o poate ușor sesiza. E de la sine înțeles că un termen îl exclude pe celălalt, mai precis arta exclude din sferele sale artizanatul așa cum îl înțelegem noi astăzi și așa cum ne întîlnim cu el în viața de fiecare zi. A trata design-ul ca artă pare, cumva, mai acceptabil, deoarece lumea nu știe bine ce e design-ul, iar uneori însuși conceptul de artă — foarte dilatat în vremea din urmă — se aplică la atîtea manifestări, încît stai și te întrebi dacă un automobil, un avion, un obiect de uz casnic produs industrial, avînd o înfățișare plăcută, nu ar trebui inclus tot în sfera acestuia. Astfel devine oarecum explicabilă confuzia dintre artă și design, căreia îi plătesc tribut nu puține persoane. Întrebarea ce se naște în asemenea împrejurări, comportînd un răspuns și mai dificil decît cel reclamat de interogațiile anterioare, sună cam așa: dacă un automobil, un avion sau un frigider — produse tip design — sînt acceptate ca forme ce țin de domeniul artei, ce mai poate oare să nu țină de respectivul domeniu? După cum vedem, se ajunge la dizolvarea conceptului general de artă. De aceea, pentru înțelegerea tentativei întreprinse pe parcursul capitolelor ce urmează, considerăm necesare anumite explicații și precizări cu caracter anticipativ.

Estetica, așa cum este practică de obicei, se resimte, poate prea mult, de pe urma propriei sale istorii. Desprinsă, la jumătatea secolului al XVIII-lea, din corpul de preocupări al filozofiei, ea nu a reușit întotdeauna să depășească tipul de comentariu speculativ vag pe teme frumوسului și ale artei — comentariu ce nu necesită neapărat o cunoaștere concretă a realităților la care se referă.

Neputînd sesiza nici diversitatea situațiilor actuale, nici sensul mutațiilor ce survin neîncetat, unele studii de specialitate continuă să

se mențină de aceea la nivelul unui fixism străin gândirii moderne. Explicațiile care se propun, ipotezele care se emit, ideile care sînt susținute fac abstracție, cu o uimitoare degajare, de modul cum lucrurile apar în lumina experiențelor la care oamenii au direct acces. Între sensurile pe care un concept estetic le avea cu sute de ani în urmă și cele de acum nu sînt reținute decît rar deosebiri semnificative. Aceasta determină, prin forța împrejurărilor, o atitudine corespunzătoare față de fenomenele studiate. Elementele noi, situațiile inedite ajung să fie privite ca neprezentînd importanță.

De bună seamă, tributul pe care noi sîntem nevoiți să-l plătim, neîncetat, prejudecăților nu trebuie ignorat. Termenii folosiți, întregul utilaj al gândirii noastre forjat în condițiile experiențelor anterioare facilitează și întrețin prejudecata. Devine limpede că accesul la adevărul pe care să te poți sprijini cît de cît se dovedește imposibil de conceput în absența efortului de a fi lucid, conștient de limitele și posibilitățile tentativei întreprinse. Am putea spune că, prin comparație cu alte științe, estetica e pîndită, într-o mai mare măsură, din acest punct de vedere, de spectrul erorilor, întrucît fenomenele pe care le studiază se legitimează deopotrivă obiectiv și subiectiv, iar diferitele resorturi ale subiectivității umane nu pot fi controlate niciodată pe deplin.

Tochmai pe atari temeieri, stăruind, în continuare, asupra problematicii unor domenii estetice constituite alături de cel al artei, pe fondul transformărilor sociale proprii secolului XX, și în condițiile mării diversități de experiențe culturale caracteristice lumii contemporane, am căutat să nu ne permitem alte generalizări decît cele rezultînd cu strictețe din analiza materialului concret avut la dispoziție.

Ținînd seama de dificultățile pe care le presupune înțelegerea domeniilor contemporane ale artizanatului, înlocuitorilor tehnici și industriali de artă, amenajării estetice a spațiilor arhitec-

turale — interioare și exterioare — vestimentației, design-ului, s-a impus și necesitatea anumitor clarificări de ordin teoretic mai larg. Unele dintre ele privesc înțelegerea statutului actual al esteticii, altele privesc terminologia acesteia, în măsură să justifice poziția adoptată și caracterul investigației întreprinse. S-a impus, de asemenea, prezentarea dificilei problematice a trăirilor și complexelor de trăiri — obișnuit, dar incorect, denumite sentimente — încercate în condițiile contemplării estetice a formelor, cu atît mai mult cu cît opiniile exprimate de la o vreme, chiar cu privire la datele ei fundamentale, se contrazic cu vehemență. Fie și la nivelul unor disociații mai puțin riguroase, în condițiile unei analize ce nu pretinde a epuiza subiectul, am considerat că trebuie insistat, ca punct de pornire pentru delimitările ce vor fi operate ulterior, asupra relației dintre artă și non-artă, așa cum apare în prezent.

Desigur, pe lingă demersul esteticianului, în legătură cu fenomenele ce formează obiectul prezentului studiu, e posibilă și existența celui practicat de către alți specialiști: economistul, inginerul etc. Apare limpede că în asemenea cazuri optica se schimbă. Pentru economist sau inginer, fenomenele de care ne ocupăm vor deveni zone ale economicului sau ale tehnicului situate în proximitatea esteticului. Astfel ele vor putea fi tratate ca fenomene *paraestetice*. Pe economist, pe specialistul în probleme de management sau marketing îi va interesa cu prioritate mesajul reclamei vizuale pentru un anumit produs sau servicii, forma fiind tratată doar ca „suport“. Cu asemenea înțelesuri, „paraesthetic“ poate fi înțeles astăzi ca termen de lucru în numeroase studii occidentale de economie a pieței, de management și marketing. Pentru esteticianul care abordează artizanatul, înlocuitorii tehnici și industriali de artă, îmbrăcămintea produsă la scara marilor serii industriale în consens cu diferitele linii ale modei sau design-ul nu ca zone ale tehnicului ori economicului

situate în vecinătatea esteticului, ci ca extensiuni contemporane ale acestuia, termenul în discuție se dovedește impropriu demersului întreprins. De aceea noi îl vom evita.

Mai poate fi întâlnit, chiar la diverși esteticieni, și un alt termen: *paraartistic*. Nu am recurs la el din niște motive care vor fi expuse abia spre sfârșitul cărții când va fi minuțios examinat.

Reținute de către estetician, iar nu de către alt specialist, fenomenele ce constituie obiectul prezentului studiu se pretează în egală măsură unei analize practicate cu mijloacele clasice ale științei ce îl are ca fondator pe Alexander Baumgarten sau unei analize practicate cu mijloacele și în spiritul unora dintre științele moderne. Fără îndoială, concluziile la care se ajunge vor diferi de fiecare dată într-o măsură mai mare sau mai mică, în funcție de argumentele invocate, completându-se în același timp. În ce ne privește, am pornit de la premisa că astăzi estetica se impune tot mai mult ca știință cu evidentă vocație populară. Printre acțiunile pe care estetica le poate iniția cu folos, trebuie recunoscută aceea de a conștientiza lumea cu privire la specificul fenomenelor pe care le cercetează, cu privire la prefacerile ce au loc în cadrul cîmpului său de studiu, delimitînd, precizînd sau actualizînd din această perspectivă termenii de lucru pe care omul să-i poată utiliza eficient cînd este necesar, fără nici o pregătire savantă. Stabilirea de norme și prescrierea de rețete în cadrul preocupărilor de estetică se dovedesc sortite eșecului. Aici, orice afirmație făcută este acceptată numai dacă se justifică în lumina experienței de viață și de cultură a fiecăruia. Ne-am străduit astfel să oferim o analiză a fenomenelor în cauză, invocînd, ca argumente, fapte și stări de lucruri ce pot fi lesne constatate, judecate sau verificate.

I

PROBLEME DE METODOLOGIE

1. Procesul unei științe

Opinii dintre cele mai diferite, adeseori aflate în totală opoziție, au fost exprimate în ultimele decenii cu privire la statutul de știință al esteticii. E adevărat că amploarea și diversitatea studiilor de estetică publicate nu pot decît să impresioneze. Nu sînt însă puțini cei care se îndoiesc de utilitatea acestor studii.

Artiștii și scriitorii nu creează niciodată potrivit eventualelor sugestii întîlnite în cărțile de estetică. Publicul, de asemenea, nu se orientează în opțiunile sale după principiile vagi și ambigui ale unei științe care nu a reușit decît arareori să scape de sub tutela filosofiei speculative. Cele mai de seamă scrieri de estetică sînt ele însele niște creații, care pot fi acceptate sau nu, potrivit convingerilor fiecăruia, iar ca să fie acceptate nu este necesar să-și dovedească aplicabilitatea, să poată fi folosite în vreun fel. E suficient doar ca ideile afirmate să fie plauzibile, adică demne de crezare.

Procesul intentat *esteticii* într-o seamă de lucrări relativ recente exploatează tocmai aceste „slăbiciuni“. Un autor italian, Armando Plebe (n. 1927), și-a propus să ni-l prezinte într-o foarte interesantă carte, apărută cu peste un sfert de veac în urmă: *Processo all'estetica* (Fi-

renze, 1959). Concluzia la care conduce cartea lui Armando Plebe este că, mai mult decât oricare alta dintre științele apărute în zorii epocii moderne, estetica a avut, dintru începuturi, un statut contradictoriu. Niciodată nu s-a știut exact dacă ea trebuie înțeleasă în calitate de disciplină filosofică sau de știință. Niciodată nu s-a știut exact care este obiectul ei de studiu. Niciodată estetica nu a avut o metodologie proprie, apelînd — pe rînd sau concomitent — la „tehnicele“ filosofiei, ale științelor naturii sau ale celorlalte științe sociale. Întotdeauna estetica s-a vrut altceva decât a reuși să fie. Cum poate fi înțeleasă atunci estetica? Orice răspuns cuprinzător ne obligă într-un prim moment, la examinarea surselor, iar într-al doilea moment la o atentă scrutare a orizonturilor contemporane, atît sub aspectul modului cum este practicată estetica, cit și sub aspectul direcțiilor în sensul cărora ea tinde a se afirma.

2. Ce vroia de fapt Baumgarten?

Cuvîntul *estetica* începe să fie utilizat pe la mijlocul secolului al XVIII-lea. Paternitatea lui este atribuită gînditorului german, de formație wolff-iană (Christian Wolff, 1679—1754) pe nume Alexander Gottlieb Baumgarten (1714—1762). Lăsînd deoparte celelalte texte ale lui Baumgarten în care apare termenul ce avea să cunoască o carieră atît de strălucită, vom stăruii asupra monumentalei scrieri intitulată *Aesthetica*, apărută în două volume: primul în 1750, iar al doilea în 1758. Baumgarten își propunea întemeierea unei noi discipline filosofice, o „știință“ care să studieze principiile după care noi ne raportăm la lumea din jur prin intermediul simțurilor așa cum logica studiază modul cum noi ne raportăm la lumea din jur prin intermediul gîndirii. Grecescul *aisthesis*, de la care Baumgarten formează prin derivare *aesthetica*, poate fi tradus prin „simțire“. Noua disciplină filosofică devenea,

așadar, o „știință a simțirii“, prin comparație cu logica, deja cunoscută ca știință a gîndirii. Nu rezultă prea clar, totuși, ce înțelege Baumgarten prin simțire. Cine citește astăzi cele două tomuri publicate sub titlul de *Aesthetica* anevoie reușește să-și dea seama de intențiile filosofului german. Textul este stufos și obscur, obligîndu-te mai mult să deduci ideile, fiindcă ele nu sînt expuse întotdeauna explicit.

Ar exista, așadar, o știință a gîndirii, *logica* și o știință a simțirii, a modului de a percepe lumea, *estetica*. Fenomenul percepției lumii din jur de către om nu e însă atît de simplu cum pare la prima vedere. Perceperea lumii înconjurătoare cu ajutorul simțurilor — tautologia neputînd fi evitată — determină, la om, tipuri de reacții complexe, cu ecouri, la rîndul lor, pe planul gîndirii, dar și pe planul afectivității, pe planul modului de manifestare al fiecăruia. Estetica lui Baumgarten se vroia, din acest punct de vedere, o știință a simțirii, deci, o știință a felului cum noi percepem lumea din jur, dar și o știință a unora dintre reacțiile specifice umane la informațiile provenite „pe calea simțurilor“ despre prezențele de care luăm astfel act. Pe timpul lui Baumgarten se avea în vedere doar senzația de plăcere încercată în condițiile contemplării formelor perfecte. Ulterior, a fost preferat termenul de „sentiment“, mai complex decât „senzație“. Astfel estetica a fost concepută ca știință a unui tip ignorat și disprețuit pînă atunci de cunoștințe despre lumea din jur — cunoștințele obținute numai cu ajutorul simțurilor —, dar și ca știință a modului specific uman de a reacționa la informațiile despre lumea din jur, primite pe calea simțurilor. Cum acest mod de a reacționa apare exclusiv la nivelul trăirilor sau complexelor de trăiri pe care omul le încearcă în raport cu diferitele forme, estetica lui Baumgarten se vroia — așa cum el de altfel ne mărturisește, de data asta explicit — o „știință a vieții senzitive“.

Filosoful german ne avertizează, însă, că deși privește modul de percepere și judecare a lumii

din jur prin intermediul trăirilor pe care aceasta le provoacă, estetica se cere deosebită de psihologie care studiază nu modul cum noi judecăm lucrurile în lumina trăirilor sau complexelor de trăiri încercate, ci condițiile în care acestea au loc, comportamentul general al omului în contactul său inerent cu prezențele lumii din jur. De aceea, estetica ar trebui să surprindă — după gânditorul german — principiile conform cărora se realizează cunoașterea prin intermediul simțurilor și să stabilească valoarea informațiilor obținute pe această cale. Știința pe care el o întemeiază nutrește, astfel, ambiția secretă de a fi sau de a deveni, normativă, elementul ei de control fiind — după Baumgarten — *perfectiunea* (*perfectio cognitionis sensitivae, qua taliis*).

Ideea că estetica trebuie înțeleasă, înainte de toate, ca știință atît a tipului de cunoaștere „inferioară” — cunoașterea prin simțuri — cît și ca știință a complexelor de trăiri încercate în condițiile respectivului tip de cunoaștere, așadar, știință a senzațiilor, impresiilor, a emoțiilor și sentimentelor, revine frecvent în textul baumgartian. Deoarece cunoașterea prin intermediul simțurilor nu se poate realiza decît la nivelul contactului cu formele inerente diverselor lucruri, rezultă că estetica trebuie înțeleasă și ca știință a *formelor*. Însă cum nu toate formele se dovedesc capabile să provoace diverse complexe de trăiri și sentimente la nivelul simplei lor contemplări, ci numai formele perfecte, estetica devine astfel o știință a perfecțiunii. Totuși, există lucruri perfecte și lucruri mai puțin perfecte. Lucrul perfect, cognoscibil prin simțuri, constituie, orice s-ar spune, o raritate, identificîndu-se cu forma căreia nu i se poate reproșa nimic, care nu mai necesită nici un adaos. Lucrul perfect va comporta, deci, aprecierea pozitivă maximă din partea celui care îl contemplă. Prin comparație cu lucrurile ce nu pot fi apreciate astfel, el se definește ca valoare superioară. Estetica urma să devină, în consecință, și o știință a valorilor — idee subînțeleasă în textul baumgartian.

Pe de altă parte, Baumgarten te face să crezi că se contrazice aproape la fiecare pas. El procedează, tot timpul, discriminatoriu. Deși estetica e concepută drept știință a cunoașterii prin simțuri, se are în vedere numai cunoașterea prin vîz și auz. Dar nici măcar tot ce privește vîzul și auzul nu e luat în considerare. Pe Baumgarten nu-l interesează decît complexele de trăiri și sentimentele în nemijlocită legătură cu frumosul și arta. Tocmai atari inconsecvențe îl îndreptățeau pe Kant să observe — într-o notă la *Critica rațiunii pure* (1781) * — că ... „germanii sînt singurii care se servesc astăzi de cuvîntul estetica pentru a desemna prin el ceea ce alții numesc critică a gustului. Această denumire se bazează pe speranța deșartă pe care-o nutrise excelențelul analist *Baumgarten* de a supune judecata critică a frumosului unor principii raționale și de-a înălța regulile ei la rangul de știință. Dar această străduință e zadarnică. Căci aceste reguli sau criterii sînt după izvoarele lor principale numai empirice și nu pot servi deci niciodată de legi a priori după care ar trebui să se orienteze judecata noastră estetică; mai curînd judecata estetică constituie adevărata piatră de încercare pentru exactitatea regulilor. De aceea ar fi oportun, fie să renunțăm la această denumire, rezervînd-o acelei doctrine care e știință adevărată (prin care de fapt ne-am și apropiat mai mult de expresia verbală și de înțelesul celor vechi; la care diviziunea cunoașterii în *aistheta kai noeta* era foarte renumită), fie să împărțăm numirea cu filosofia speculativă și să dăm esteticii, în parte, un sens transcendental, în parte, un sens psihologic” **.

De aici, înțelesul diferit pe care cuvîntul „estetica” îl are în *Critica rațiunii pure* a lui Kant. Estetica se definește, pentru gânditorul din Königsberg, drept știință a cunoașterii sensibile.

* Titlurile operelor clasice, cunoscute publicului de la noi mai mult în traducere românească, au fost redată doar în această versiune, indiferent de ediția consultată.

** *Kant despre bine și frumos*, București, Ed. Minerva, 1981, vol. I, pag. 20.

Estetica transcendențială constituie astfel, studiul formelor a priori ale oricărei cunoașteri sensibile. Se pare că ulterior Kant și-a dat seama de imposibilitatea renunțării la termenul de „estetică” cu accepțiunile pe care i le conferise Baumgarten. În mod miraculos, termenul căpătase drept de cetate în vocabularul filosofic, într-un timp extrem de scurt.

Datorită modului ambiguu și aparent inconsecvent în care Baumgarten concepe estetica, de multe ori i-a fost negat gânditorului german orice alt merit în afara aceluia de a fi propus un termen sub semnul căruia aveau să se afirme atâtea idei și ipoteze spectaculoase. Ni se par astfel semnificative cuvintele lui Hegel din „Introducere” la *Prelegerile de estetică*: „Aceste prelegeri sînt dedicate *esteticii*; obiectul ei este întinsa împărăție a frumosului; mai exact; domeniul ei este *arta* și anume *artele frumoase*. Bineînțeles, numele de «estetica», la drept vorbind, nu se potrivește întocmai acestui obiect. Deoarece «estetica» înseamnă mai precis știința simțurilor, a *perceperii*; cu acest înțeles a luat naștere ea ca știință nouă — sau, mai curînd, ca ceva ce urma abia să devină o disciplină filosofică — în școala lui Wolff, pe timpul cînd în Germania obiectele de artă erau privite ținîndu-se seama de sentimentele pe care ele trebuiau să le trezească, ca de exemplu, sentimentul agreabilului, al admirației, al fricii, al milei etc. Dată fiind nepotrivirea sau, mai propriu, caracterul superficial al acestui nume, unii au încercat să făurească alte nume, ca de exemplu *calistică*. Dar și termenul acesta se dovedește nesatisfăcător, căci știința care se înțelege prin el nu tratează despre frumos în general, ci numai despre frumosul *artistic*. Din acest motiv, noi voim să rămînem la numele de «estetica», deoarece ca simplu nume ne este indiferent, și în afară de aceasta el a pătruns între timp atît de mult în limbajul curent, încît ca nume el poate fi păstrat”.*

* G.W.F. Hegel, *Prelegeri de estetică*, București, Ed. Academiei R.S.R., 1966, vol. I, pag. 7.

Nici Benedetto Croce, mult mai tîrziu, în partea a doua a tratatului său *Estetica come scienza dell'espressione e linguistica generale* (1902), atunci cînd — după ce trece în revistă principalele momente din trecutul disciplinei în cauză — ajunge să se refere la meritele de fondator ale lui Alexander Baumgarten, nu găsește cuvinte prea măgulitoare: „Nu există la el nici o conștiință de revoluționar, iar dacă, desigur, se întîmplă uneori să aibă loc o revoluție fără să ne dăm seama, indubitabil nu acesta este cazul lui. Opera lui Baumgarten este încă o expresie a problemei estetice care își caută rezolvarea; o expresie cu atît mai puternică cu cît are un cuvînt de ordine; el vestește o nouă știință, care se prezintă într-o ordine complet scolastică; botează, cu anticipație, fătul și-l numește «Estetica», un nume care va rămîne. Dar numele nou e gol de un conținut cu adevărat inedit; armătura filosofică e lipsită de corpul viguros care s-o îmbracă. Excelentul Baumgarten, om plin de căldură și convingeri, adesea atît de sincer și de viu în latina sa scolastică, este o figură simpatcă și remarcabilă în istoria esteticii, dar tot al științei în formare, nu a celei formate; a esteticii *condenda* nu a celei *condita*”.*

E interesant de reținut și modul cum îl privește pe Baumgarten doi dintre cei mai cunoscuți istorici ai esteticii: Katharine Everett Gilbert și Helmut Kuhn (*A History of Aesthetics*, 1939): „Onoarea acordată lui Alexander Gottlieb Baumgarten..., întemeietorul esteticii germane, a fost îndeobște supusă contestațiilor. El a dat numele esteticii și, de la Adam încoace, atribuitorii de nume sînt considerați ca un fel de înțelepți. Dar numele nu sînt lucruri. Herder, e drept, a ridicat în slăvi definiția dată de Baumgarten poemului, ca fiind cea mai bună formulată vreodată. Dar majoritatea autorilor au apreciat contribuția lui Baumgarten ca mai degrabă nominală decît sub-

* Benedetto Croce, *Estetica privită ca știință a expresiei și lingvistică generală*, București, Ed. Univers, 1971, pag. 284.

stanțială. După părerea lor, în discursurile sale raționaliste și seci s-a irosit și s-a încheiat un efort reflexiv, fără ca Baumgarten să fi dat la iveală obiectul propriu-zis al esteticii... Contribuția lui la estetică e văzută azi nu ca o ceremonie de botez, nici ca o definire inspirată, ci ca identificarea problematicii intelectuale implicate într-o sferă distinctă a esteticii... Unii filosofi din celelalte țări, de la începutul veacului al XVIII-lea, Vico și Burke, Dubos și Hutcheson observau și afirmau imaginația și simțul frumosului. Dar i-a revenit unui german să întreprindă opera specific germană; Baumgarten a organizat acele constatări nedezvoltate într-un sistem elaborat cu multă grijă, care a putut susține intelectualicește observațiile filosofilor mai puțin exhaustivi și ale criticilor și a putut indica de-a lungul întregului veac drumul către *Critica puterii de judecată* a lui Kant, care avea să reprezinte încununarea finală.“*

Amintim, în acest context, și opiniile lui Mircea Florian, exprimate în studiul *Arta și filosofia* din volumul *Metafizica și arta*: „Disciplina de care ne ocupăm a luat ființă sub semnul « esteticului », termen, s-ar spune, croit anume mai mult ca să ascundă decît să dezvăluie nemijlocit felul de a fi al experienței și obiectului cercetat. Un doctrinar al rațiunii, wolff-ianul Alexander Baumgarten, a găsit în economia științelor filosofice o lacună: lipsea corespondentul *logicii* sau *științei gîndirii*, lipsea știința sensibilului (aisthesis) sau estetica. Termenul era însă sau prea larg sau prea strîmt. Era prea larg fiindcă îmbrățișa tot sensibilul. Kant, în *Critica rațiunii pure* (prima parte) se folosește de « estetică » într-un sens larg, de știință a sensibilului. În intenția lui Baumgarten, opera *Aesthetica* (vol. I, 1750) trebuia să ia în cercetare numai perfecția în ordinea sensibilă, « frumosul », însă această accepție era prea mărginită, pentru motivul că « frumosul » cuprinde

și alți factori decît cei sensibili: factori emotivi și chiar ideali. Numele dăruit disciplinei a fost și a rămas din cele mai puțin fericite. Alegerea fără noroc a etichetei are obîrșia adevărată în incertitudinea obiectului sau a cîmpului de trăiri asupra căruia se îndrepta noua disciplină. De aici se naște toată încurcătura“*.

De unde a pornit, de fapt, Baumgarten pentru a ajunge la concluzia că e necesară fundamentarea unei noi științe, o știință a simțirii — *Aesthetica* — așa cum lumea dispunea deja de o știință a gîndirii — *Logica*? Exista un vast corp de observații, constituit, de-a lungul timpurilor, privind natura frumosului și a artei, privind specificul emoțiilor legate de contemplarea formelor pe care noi astăzi le denumim estetice, privind esența muncii de făurire a obiectelor capabile să producă acel tip de satisfacție particulară care nu necesită, pentru a se impune, nici consumul, nici utilizarea acestora, privind tehnicile cu ajutorul cărora poate fi făurită o operă arhitecturală, picturală, sculpturală, muzicală, poetică etc. Deși alcătuiau un ansamblu coerent de reprezentări, idei, concepte și teorii foarte seducătoare, referitoare la domeniul frumosului și al artei, reflecțiile izvorînd din aceste experiențe nu intrau în sfera preocupărilor nici unei științe recunoscute. Pe unele și le revendica filosofia, ca o consecință a faptului că altădată, cînd diferitele științe nu se impuseseră ca domenii de activitate teoretică independentă, tot ce constituia cugetare sistematică intra în sfera sa de activitate. Baumgarten urmărește să pună, prin *Aesthetica*, bazele unei științe a simțirii, aducînd în discuție doar frumosul, arta sau diversele lor substituite, și pentru faptul că, în această privință exista, realizat pe parcursul secolelor și mileniilor, un imens volum de reflecții, nesistematizat încă. Vom recunoaște, astfel, existența unei etape premergătoare momentului de constituire a este-

* K. E. Gilbert și Helmut Kuhn, *Istoria esteticii*, București, Ed. Meridiane, 1972, pp. 261—262.

* Mircea Florian, *Metafizica și arta*, București, Ed. Casa Școalelor, 1945, pag. 91.

ticii, impunând, e drept, fragmentar, o seamă de experiențe, idei, teorii și concepte pe care Baumgarten nu numai că le va prelua, dar le va și dezvolta descoperindu-le sensuri nebănuite pînă atunci.

Să încercăm a reține sistematic principalele concluzii ce se desprind din analiza pozițiilor exprimate de către Baumgarten în cele două tomuri intitulate *Aesthetica*.

Noua știință e concepută ca făcînd parte din sfera preocupărilor filosofice. Ea constituie, deci, o „disciplină“ filosofică. N-ar trebui să uităm acest lucru, pentru că adeseori estetica, în dezvoltările sale ulterioare, s-a vroit ceva mai mult, aspirînd către statutul așa-ziselor științe exacte. Totuși, întrucît Baumgarten folosește atît termenul de știință, cit și cel de disciplină, statutul ontologic al esteticii se prezintă, încă de la început, sub semnul ambiguității. Asupra acestui aspect vom reveni.

După cum vedem, Baumgarten înțelege estetica drept știință a cunoașterii prin simțuri. Această cunoaștere, indicată prin termenul derivat de la grecescul *aisthesis* — sensibilitate, simțire — nu poate fi concepută însă doar într-un sens unilateral, obiectul dezvăluindu-și proprietățile de care dispune, iar subiectul însușindu-și, prin intermediul simțurilor, informația la care a avut acces. „Sensibilitate“ posedă atît semnificație de cunoaștere prin intermediul simțurilor, cit și semnificație de însușire afectivă a informației astfel obținute, iar asta presupune imposibilitatea unei explicații exacte și unanim acceptate a ceea ce a fost reținut, însușit din contactul cu prezența fizică respectivă. Nu întîmplător Marx — cu prudența sa recunoscută — vorbește în „Introducere“ la *Contribuții la critica economiei politice* despre diferite modalități de *însușire* (nu de cunoaștere) a lumii de către om, printre care trebuie, bineînțeles, remarcată și cea artistică.

Statutul relativ ambiguu al esteticii, așa cum este „fixat“ de către Baumgarten, se va răsfrînge asupra întregii sale dezvoltări, pînă în zilele

noastre. Însă, tocmai acest fapt pare să fi fost cel care i-a asigurat uimitoarea sa forță de seducție. Cert este că, dacă la început au putut exista spirite care să se indoiască de viitorul noii științe, în mai puțin de o sută de ani estetica se putea mindri cu impresionantele contribuții ale tuturor gînditorilor de primă mărime din acest răstimp. Se vede treaba că nimic nu mai putea fi „îndreptat“. Dar, poate, nici nu era necesar, problema care se punea fiind cea a clarificărilor și nu a „îndreptărilor“. În acest sens trebuie privită și interpretarea pe care o da Baumgarten esteticii cînd ea știință, cînd ea disciplină filosofică.

3. Estetica — disciplină filosofică sau știință?

Termenii „știință“ și „disciplină“ pot fi înțeleși oare, fără nici o rețineră, drept sinonimi? Dacă nu, cit din construcția investigației esteticianului trebuie să se supună rigorilor pe care le presupune orice știință: demonstrații pe bază de argumente, universal verificabile, concluzii valabile pentru toate fenomenele de aceeași specie sau clasă, o riguroasă metodologie de investigație, o atitudine obiectivă față de cazurile studiate? Adevărul este că niciodată nu s-a știut bine ce reprezenta estetica: un grup de preocupări științifice trădînd întotdeauna o anume nostalgie a filosofiei sau un corp de preocupări filosofice trădînd oarecare ambiții științifice? Termenii de „disciplină“ și de „știință“ desemnează situații diferite, iar confundarea lor, chiar de către Baumgarten, subliniază, încă o dată, statutul aparent contradictoriu al esteticii.

Confuzia dintre disciplinele filosofice și științe se datorește faptului că, pînă în perioada premodernă, filosofia îngloba toate resorturile cunoașterii sistematice, constituite fiind în două mari categorii: filosofia naturii și filosofia spiritului. Odată cu progresul istoric s-a impus însă tot mai

mult distincția dintre disciplinele filosofice și științele care s-au desprins din corpul filosofiei, disciplinele presupunând experiențe, idei și concluzii prezentate într-o formă sistematică spre a fi însușite ca bagaj de informații pentru orice om instruit, iar științele posedind un „statut” cu totul diferit. Din perspectiva cunoștințelor sistematice deja însușite și asimilate de către cei cărora le-au fost „predate”, științele presupun întotdeauna investigarea unor resorturi ale realului neabordate anterior. Astfel, vorbim despre diversele discipline care se predau în cadrul procesului de învățământ. În această privință, chiar matematica se justifică în calitate de disciplină. Când e vorba însă de investigarea sistematică a unor fenomene distincte încă neabordate, în lumina experiențelor sau cunoștințelor deținute pînă atunci și pornindu-se de la ele, e utilizat termenul de știință. Știința presupune, deci față de disciplină mai întîi un plus de rigoare. Ea presupune apoi cercetare efectuată pe baza unei metodologii riguroase, concluziile reținute putînd fi verificate, oricînd, oriunde și de către oricine este pregătit pentru aceasta.

De bună seamă, estetica ni se prezintă frecvent astăzi ca disciplină, adică încercare de sistematizare a cunoștințelor despre artă, despre frumos, despre celelalte componente ale vieții estetice, necesară formării viitorului om de cultură — fără altă pretenție decît simpla înțelegere a respectivelor domenii. Dar estetica ni se prezintă astăzi și ca știință, atunci cînd — dincolo de sistematizarea cunoștințelor noastre despre artă, design, vestimentație etc. — se profilează o posibilitate de investigare a realului, din perspectiva unui grup de fenomene specifice. În absența conștiinței faptului că cei doi termeni nu sînt sinonimi, intervine problema considerațiilor de ordin eclectic, care pot fi întîlnite și astăzi chiar la autori cărora nu li se poate imputa lipsa de informare ori lipsa de familiarizare cu fenomenele din sfera esteticului.

Căutînd, așadar, să înțelegem statutul esteticii, va trebui să fim conștienți că anumite cazuri o aduc în discuție ca disciplină, iar altele, ca știință.

4. Estetică și estetici

Chiar studiile despre artă, despre frumos, despre domeniul complex al afectivității, publicate înainte de 1750, lăsau să se întrevadă posibilitatea unei abordări mai restrînse, pe secțiuni, a realității, relativ coerente, cunoscută astăzi în calitate de domeniu general al esteticului. Multe din preocupările astfel profilate au continuat, bineînțeles și după Baumgarten, estetica putînd fi practică ori așa cum a conceput-o întemeietorul ei în varianta cînd a ajuns să aibă un nume: știință a „cunoașterii inferioare” — cunoașterea prin simțuri — cu reducățiile și consecvențele ce s-au trădat, precum am văzut, dintru începuturi, ori ca tip de investigație a unei problematice mai restrînse, specializate, privind una sau alta dintre componentele respectivului întreg.

În aceste condiții, asistăm mai tîrziu la diversificarea modalităților de afirmare a esteticii, fie prin restrîngerea preocupărilor acesteia la grupuri de cazuri de mai mică extindere, dar mai unitare, fie prin orientarea pe o anumită direcție a fenomenelor studiate, fie prin absolutizarea unei anume metode de lucru.

Așa s-a ajuns de la *estetică* la *estetici*. Știința întemeiată de către Baumgarten cuprinde astăzi o multitudine de direcții și modalități de abordare a realității ce și-o revendică în calitate de obiect de studiu.

Distingem, înainte de toate, încercările de abordare globală a acestei realități, așa cum a procedat însuși Alexander Baumgarten; ele ilustrează *estetica generală* — termen frecvent utilizat în vocabularul cultural contemporan — ce stăruie la nivelul considerațiilor globale despre frumos, grațios, sublim și termenii lor de opoziție, despre artă și celelalte domenii apropiate. Estetica

generală operează în spiritul principiilor valabile atât pentru artă, cât și pentru celelalte sisteme de forme capabile să trezească celui care le contemplă anumite complexe de trăiri, anumite stări de spirit — incitare, satisfacție etc.

Pe lângă principiile ce pot fi recunoscute ca fiind valabile pentru totalitatea experiențelor estetice, intervin și altele, valabile pentru grupuri mai restrinse de situații. Artă, produsele industriale posedând atât o dimensiune utilă, cât și una estetică, îmbrăcămintea, amenajatul estetic interior ni se impun ca situații relativ autonome care alcătuiesc vastul domeniu de manifestare a tuturor fenomenelor de ordin estetic sau, altfel spus: *domeniul general al esteticului*.

Studiul unor astfel de situații relativ autonome, subordonate domeniului general al esteticului, consacră diferitele *estetici particulare*: *știința generală a artei, estetica industrială, estetica îmbrăcămintei, estetica locurilor de agrement, estetica străzii, estetica locuinței...* Modalitățile de a practica astfel estetica sînt, desigur, nelimitate.

Dintre situațiile relativ autonome ce alcătuiesc domeniul general al esteticului, arta privește o foarte mare diversitate de manifestări, a căror înțelegere devine anevoioasă, dacă nu imposibilă atunci cînd sînt abordate nediferențiat, pe familii sau grupuri mari de cazuri. Oamenilor le place, mai ales astăzi, să vorbească mult în general despre artă. Artă însă există numai ca univers de forme comportînd anumite grade de înrudire, care le permit să alcătuiască o realitate estetică distinctă.

Artă poate fi înțeleasă, deci, numai dacă luăm în considerare experiența diferitelor arte: arhitectura, sculptura, pictura, grafica, filmul, teatrul, literatura, muzica, dansul. Simțul prin intermediul căruia sînt percepute formele, materialele și mijloacele de expresie utilizate, condiția în spațiu și în timp a formelor sînt elemente ce condiționează — vom vedea — specificul diverselor arte, dovedindu-se pînă la urmă mai apropiate sau mai îndepărtate unele de altele. Avem, în

primul rînd, artele vizuale: arhitectura, sculptura, pictura, desenul și gravura, dansul, fotografia, cu numeroasele lor corespondente în domeniul formelor decorative din materiale ceramice, de sticlă, din metal, în domeniul graficii publicitare. Avem, în al doilea rînd, artele a căror percepere solicită exclusiv auzul, cum ar fi muzica, după cum există arte a căror percepere solicită atât văzul, cât și auzul, cum ar fi teatrul sau cinematograful. Din alt unghi de vedere, artele pot fi studiate recunoscîndu-se ca element definitoriu modul cum formele se integrează în spațiu și în timp. Recunoaștem astăzi existența a șapte arte, în consens cu tradiția unei clasificări, total diferită de cele actuale, care se opera la sfîrșitul antichității greco-romane și în evul mediu: arhitectura, artele plastice, filmul, teatrul, literatura, muzica și dansul. Fiecare dintre acestea comportă însă numeroase subdiviziuni, specii și subspecii ș.a.m.d., în măsură să constituie obiect de preocupări estetice de sine stătătoare. Vom avea astfel o estetică a picturii, o estetică a sculpturii, o estetică a desenului, o estetică a arhitecturii, o estetică a fotografiei, o estetică a cinematografiei, o estetică a teatrului, o estetică a literaturii — putînd fi și mai puțin: estetică a poeziei sau estetică a romanului.

Grupul de forme tridimensionale realizate după principiul edificației constituie obiect de studiu pentru estetica arhitecturală. Există o estetică muzicală. Există, bineînțeles, o estetică a dansului. În funcție de principiul de realizare a formelor, pictura, sculptura, grafica, înțelese ca *arte plastice*, formează obiectul unor preocupări aparte. Raportate la formele picturii, sculpturii și graficii, care posedă o mai mare „libertate“, formele decorative din ceramică, sticlă, metal, țesăturile imprimate, broderiile, tapiseriile și covoarele se constituie în domeniu al *artelor decorative*. Vom recunoaște deci o *estetică a artelor plastice* și o *estetică a artelor decorative*. În ansamblul lor, toate artele formează un sistem.

În cazul nostru, conceptul de sistem trebuie înțeles ca ansamblu coerent în cadrul căruia orice element se definește atit autonom, cit și în nemijlocită relație cu întregul din care face parte.

Alături de esteticile privind diversele situații artistice intervine problema esteticilor privind situațiile extra-artistice. De bună seamă, ele nu pot fi limitate la un anumit număr.

Dintre situațiile extra-artistice, un important grup de cazuri formează obiectul de studiu al esteticii industriale. Inițial, termenul de estetică industrială a fost utilizat de către unii autori ca sinonim pentru ceea ce astăzi înțelegem prin design. Mai ales francezii au stăruit un timp într-o atare convingere. Odată însă cu dezvoltarea fenomenelor de civilizație — mai ales după ultimul război mondial — care au impus pretutindeni produsul industrial, chemat a satisface nu numai o anumită trebuință, dar și un anumit gust, termenul de design începe să fie pretutindeni acceptat. În aceste condiții, *estetica industrială* s-a consacrat ca domeniu de activitate teoretică independentă — o estetică particulară a „frumosului industrial” — studiind problematica frumuseții produselor industriale, indiferent de efectul exploatat, cel al formei ce comportă și diverse decorațiuni sau cel al formei impresionind doar prin simpla sa geometrie, problematica amenajării locului de muncă (tot în sensul frumuseții). *Estetica îmbrăcămintei* constituie un alt domeniu de manifestare a studiilor întreprinse din perspectiva științei de care ne ocupăm. În contextul preocupărilor contemporane de estetică pot fi întâlnite texte analizând problematica amenajării locuințelor, a spațiilor de odihnă și agrement, din perspectiva celui plus de frumusețe care ar putea fi întotdeauna instaurat. Noi le desemnăm, sub rezerva argumentațiilor ce vor interveni la momentul potrivit, prin formula *estetica amenajării diferitelor spații arhitecturale — interioare și exterioare*.

Chiar raporturile interumane comportă și o dimensiune estetică. Pot fi întâlnite astfel studii

ocupându-se de aspectul estetic al comportamentului uman, în general sau în anumite condiții.

De asemenea, unele manifestări ce se atașează altor domenii de activitate umană, cum ar fi sportul, jocurile, posedă și o componentă estetică, imposibil de neglijat, mai ales în contextul vieții contemporane.

E limpede că esteticile particulare pot fi foarte diverse. Importantă pentru noi devine înțelegerea lor prin raportare la estetica generală.

Scrutate astfel, preocupările de estetică se pretează la noi distincții. Intervin, mai întâi, distincțiile în legătură cu specificul demersului estetic.

5. Modalități ale demersului estetic

Vom desemna prin termenul de *demers* modalitatea de abordare, înțelegere și explicare a fenomenelor ce constituie obiectul de studiu al unei discipline sau al unei științe. Din acest punct de vedere, pot fi reținute trei mari modalități de abordare a fenomenelor pe care le studiază estetica.

a) *Demersul de tip filosofic în estetică*. Metodologia la care se apelează, în acest caz, este cea presupunind reflecția celui ce caută să înțeleagă realitățile estetice, în lumina propriei sale experiențe de viață, de cultură și de artă. Lipsesc mijloacele riguroase pentru a verifica universalitatea concluziilor la care se ajunge. Se pornește exclusiv de la premisa că adevărul ce se justifică în lumina experienței mele urmează a se verifica și-n multe alte cazuri — dacă nu în totalitatea cazurilor posibile.

Cel care procedează astfel acționează ca și cum ar fi convins de valoarea universală a opiniei ce o formulează și a concluziilor la care subscrie. El *speculează* valoarea argumentelor deținute, importanța situațiilor concrete la care se referă. Așadar, prin forța împrejurărilor, demersul de tip filosofic în estetică este speculativ. Chiar dacă

nu permite o cunoaștere foarte precisă, speculația se cere totuși respectată. Fără a suplini investiția riguroasă, utilizând mijloacele de cunoaștere pe care se sprijină știința, activitatea speculativă se dovedește de neînlocuit atunci cînd este vorba despre fenomene ce se sustrag principiului repetabilității — cum sînt atitudinea, inițiativa și fapta umană. Cînd nu stăpînești metodele de investigație ale științei sau cînd fenomenele abordate nu permit o astfel de investigare, cînd nu ai la îndemină decît propria-ți experiență de viață și de cultură, încerci să te sprijini pe aceasta din urmă, căutînd o cale de acces spre adevăr. Din acest punct de vedere trebuie înțeles specificul demersului filosofic în estetică. Ideile reținute în condițiile demersului de tip filosofic în estetică nu pot fi niciodată obligatorii pentru cel care ia cunoștință de ele. Fiecare e liber să le împărtășească sau nu. Pentru a fi însă împărtășite, ele trebuie să fie plauzibile, adică să se prezinte așa încît, chiar în absența unor posibilități de verificare concretă să nu contravină logicii, spiritului general al devenirii lucrurilor, principiilor ce guvernează de obicei adevărul. De aceea, reflecția speculativă, inclusiv cea pe marginea fenomenelor estetice, constituie „terenul” unde sînt afirmate ideile la care oamenii, în funcție de grupările sociale din care fac parte, pot subscrie — într-o măsură mai mare sau mai mică — orientîndu-și în lumina lor acțiunile, faptele, existența. Fără a fi în măsură să înlocuiască alte tipuri de demers, demersul filosofic este cel mai mult întîlnit în cadrul preocupărilor de estetică, definind una din principalele subdiviziuni ale esteticii înțeleasă sub acest aspect: *estetica filosofică*.

Se desprind de obicei mai multe direcții în sensul cărora se structurează estetica filosofică: ontologică, gnoseologică și axiologică.

Desigur, estetica filosofică nu poate fi practică decît în lumina unei anumite platforme de convingeri. Dacă se pornește, de exemplu, de la convingerea că principiul ultim al universului este materia, că lumea în care trăim poate fi

cunoscută și dacă de pe o atare platformă încercăm să înțelegem fenomenele de ordin estetic, atunci eforturile întreprinse vor sta sub semnul orientării *materialiste* în estetică. Dacă se pornește de la convingerea că principiul ultim al universului este spiritul, sau dacă se pornește de la convingerea că lumea în care noi trăim este incognoscibilă, rațiunea noastră neputînd-o cuprinde, atunci eforturile întreprinse vor sta sub semnul *orientării idealiste*. Și una și alta dintre cele două expresii pot fi întîlnite curent în cadrul confruntărilor contemporane de idei.

Atît în interiorul orientării estetice materialiste cît și al celei idealiste, în funcție de direcțiile, curentele, școlile sau sistemele filosofice constituite, intervine problema unor noi determinatii, definitorii pentru estetica de această factură. Istoria esteticii consemnează astfel poziții estetice atașabile pozitivismului sau neo-pozitivismului, fenomenologiei, existențialismului etc., pentru orientarea idealistă. Evident, estetica marxistă se cere înțeleasă din perspectiva orientării filosofice materialiste.

Cîteodată estetica filosofică se definește și în lumina accentului pus pe unul sau altul dintre resorturile fenomenelor investigate, în spiritul științelor — desprinse, de asemenea, din corpurile filosofiei — cu care se înrudește mai mult.

Se utilizează denumirea *estetică psihologică* pentru studiile ce își propun înțelegerea a ceea ce au specific sentimentele pe care le provoacă diferitele categorii de forme contemplate.

Se folosește denumirea *estetică sociologică* pentru încercările de înțelegere a fenomenelor de ordin estetic în lumina modului cum ele se raportează la viața diferitelor grupări sociale — stabile sau instabile —, la aspirațiile, idealurile și speranțele oamenilor. Studiile privind raportul dintre artă și public, dintre artă și diferite culturi naționale constituite, dintre artă și un anumit tip de civilizație, dintre artă și societate stau sub semnul unor atari preocupări. O dată cu importanța cres-

cîndă ce i-a fost recunoscută sociologiei în secolul nostru, diversitatea lor a devenit foarte mare.

Constituirea antropologiei filosofice ca știință autonomă a sugerat întreprinderea unor studii privind frumosul, privind arta ori alte domenii înrudite, din perspectiva acesteia. Astfel, se vorbește citeodată despre preocupările de *estetică antropologică*.

Mai recent, constituirea unei științe a viitorului — futurologia — a determinat apariția unor preocupări de estetică concepute dintr-un atare unghi de vedere. În diverse reviste sau chiar cărți apărute întîlnim astfel referințe la studiile de *estetică futurologică*.

Statutul ambiguu al esteticii, ca disciplină filosofică și știință autonomă, a determinat, mai ales în ultimul secol, pe linia unei tradiții ce nu va fi prea greu să o recunoaștem, apariția unui impresionant număr de studii urmărind înțelegerea fenomenelor ce stau sub semnul frumosului și al artei din perspectiva, cu mijloacele și în spiritul diferitelor științe. Ele se constituie, de fapt, în două mari categorii: cele cu caracter strict științific și cele cu caracter scientizant.

b) *Demersul de tip științific în estetică* este caracteristic încercărilor de investigare a diferitelor resorturi ale realității estetice din perspective și cu mijloacele specifice științelor exacte. Cel mai mult a tentat matematica. Tradițiile sînt foarte vechi, mergînd pînă la școala pitagoreicilor, potrivit căreia, la baza a tot ce există ar sta numărul. Studiul formelor artistice cu mijloace matematice a căpătat un mare avînt în urma apariției lucrărilor lui Matila C. Ghyka (1881—1965): *Esthétique des proportions dans la nature et dans les arts* (Paris, 1927) și *Le nombre d'or* (Paris, 1931) *. Aproape concomitent, Pius Servien (1903—1959) publică *Les rythmes comme introduction physique à l'es-*

thétique (Paris, 1930) și *Principes d'esthétique* (Paris, 1935) *. Le revine astfel la doi dintre reprezentanții gîndirii românești meritul de a fi pus bazele studiului modern al fenomenelor estetice cu mijloacele matematicii. Odată cu apariția ciberneticii și dezvoltarea tehnicii calculatoarelor, care au permis reducerea timpului necesar pentru efectuarea diferitelor operațiuni matematice, asemenea preocupări s-au extins. Max Bense în Germania, Abraham Moles în Franța, Solomon Marcus la noi sînt doar cîteva dintre numele de referință ce se pot reține în acest sens. Înregistrăm însă și numeroase tentative de înțelegere a fenomenelor estetice din perspectiva și cu mijloacele altor științe, cum ar fi lingvistica.

c) *Demersul de tip scientizant în estetică* este caracteristic încercărilor de investigare a unora dintre aspectele esteticului în *spiritul* științelor exacte, apelînd doar într-o oarecare măsură la metodologiile acestora.

Din multitudinea teoriilor care ar merita amintite în acest sens menționăm:

Teoria semnelor, ce propune înțelegerea formelor estetice ca semne putînd avea diverse semnificații pentru fiecare individ. Accesul la respectiva semnificație — sensul sau sensurile respectivului semn — cantitatea de informație transmisă printr-un semn oarecare sînt elemente ce trebuie luate în considerare, pentru cine vrea să înțeleagă natura fenomenelor de ordin estetic. Teoria generală a semnelor, consacrată în ultimele decenii ca disciplină independentă — semiotica — poate fi înțeleasă pe linia celor trei mari componente ale sale: *sintactica*, ce studiază raporturile dintre semnificante, făcînd abstracție de semnificate și de cei care utilizează respectivele semnificate pentru a se exprima; *semantica*, ce studiază semnificatele în raporturile cu semnificatele, fără a ține seama de cine le folosește, *pragmatica*, ce

* Extrase ample din aceste lucrări au fost traduse în limba română și incluse în volumul: Matila C. Ghyka, *Estetică și teoria artei*, București, Ed. Științifică și Enciclopedică, 1981.

* Din opera lui Pius Servien a apărut în traducere românească: *Estetica* (București, Ed. Științifică și Enciclopedică, 1975), lucrare scrisă mai tîrziu în spiritul aceleiași preocupări.

studiază limbajul nu numai în structurile sale sintactice, dar și în raporturile sale cu cei ce-l folosesc. Din perspectiva teoriei semnelor, tot ce ține de universul uman semnifică; pe plan estetic un lucru despre care spunem că este frumos sau urit posedă o anumită semnificație, diferită de eventuala sa semnificație utilă, morală etc. Modul cum se structurează semnele în cadrul diferitelor forme de limbaj, gradul lor de înrudire, în funcție de tipurile de semnificații ce le posedă, formează obiect de studiu pentru partizanii esteticii semiotice.

Teoria comunicației pornește de la premisa că tot ce există în jurul nostru comunică. Există o informație primă, pe care o comunică orice lucru despre el însuși și o a doua informație, atribuită prin *convenție* (ce se poate stabili între minimum două persoane), pe care o comunică doar semnele, despre „altceva”. Orice semn vehiculează, așadar, și o altă informație decît cea care se poate dezvălui la prima vedere, din analiza propriei sale materialități. Legătura dintre diverse semne, iar mai departe raporturile dintre oameni și semne impun atenției noastre procesele de comunicație. Semnele se pot grupa în funcție de categoria de informație pe care o comunică. Astfel vom avea semne abstracte — cuvintele, de exemplu — și semne concrete, cum ar fi imaginile unor lucruri, realizate cu mijloacele desenului, ale picturii, sculpturii, fotografiei. Perspectiva din care un semn estetic este privit, distanța dintre el și privitor sau ascultător, elementele de „bruiaj”, de închidere sau de anulare a perspectivei, obstacolele în calea informației, ca și o seamă de elemente privind condiția celui care privește sau ascultă condiționează realizarea procesului de comunicație estetică. De la o anumită distanță, o formă permite aprecierea de frumos; de la o distanță mai mare, nu mai permite nici un fel de apreciere estetică; nu poți să-ți dai seama de frumusețea unei persoane pe care abia o zărești. Nu poți, de asemenea, să-ți dai seama de frumusețea unui monument arhitectonic dacă vederea sa este împiedicată de

arborii din jur, după cum orice sursă de zgomot nu ne mai permite decît parțial perceperea unei melodii frumoase. Într-un spațiu determinat, semnele pot fi distribuite întîmplător sau organizat. În anumite puncte ele pot apărea întîmplător sau intenționat concentrate. Avem de-a face, în cazul acesta, cu diverse puncte și centre de comunicație. Legăturile interumane ce se stabilesc prin faptul că mai multe persoane au acces la același semn estetic, realizînd astfel o experiență comună, formează deopotrivă obiect de studiu pentru cei ce practică estetica din perspectiva teoriei comunicației.

Teoria informației, înrudită și suprapunîndu-se pînă într-un anumit punct celor precedente, pornește de la premisa că există un anume grad de noutate pe care orice semn o introduce și menține în circulație. Poate fi determinată astfel, pe cale matematică, cu probabilitățile de rigoare, rezistența pe care o va întîmpina, într-un context determinat, un anumit semn, neasimilat încă de către limbajul specific curent, avînd în vedere cantitatea de informație nouă pe care el o vehiculează. Rezistența față de noile semne, în contextul diferitelor cîmpuri semantice specifice, ca și în condițiile orizontului informațional al fiecărui individ, reprezintă numai unul dintre aspectele asupra cărora insistă studiile ce urmăresc înțelegerea fenomenelor estetice din perspectiva teoriei informației.

Teoria sistemelor s-a impus mai ales în ultimul timp. Ea pornește de la premisa că fenomenele de ordin estetic pot fi înțelese ca un complex de structuri aflate în relații relativ stabile. Se operează distincția între sisteme naturale — cum sînt sistemele biologice — și sistemele create de om — cum sînt cele tehnice, conceptuale, economice, sociale etc. Să ne amintim că încă Hegel vorbea despre „sistemul artelor frumoase”, lăsînd să se înțeleagă prin aceasta că artele se raportează unele la altele, pe linia unor legături stabile, ce pot fi sesizate dincolo de aparenta lor diversitate de manifestări. Noțiunea de sistem ne obligă să avem în vedere întotdeauna limitele grupului de

elemente ce formează acel tot care constituie obiectul nostru de studiu sau de înțelegere. Dincolo de respectivele limite, regulile sistemului nu mai sînt valabile. În interiorul sistemului pot fi însă sesizate diferite ansambluri divers structurate, legate între ele prin relații relativ stabile. Acestea sînt desemnate de obicei prin termenul de subsistem. În condițiile în care obiectul nostru de studiu îl formează un asemenea subsistem, fără nici o referire la celalalte elemente ale sistemului din care face parte, respectivul subsistem se transformă în sistem sau poate fi luat ca sistem. Astfel, în contextul sistemului general al esteticului, unele studii au în vedere doar sistemul artelor.

Evident, nu ne-am propus aici o trecere în revistă a tuturor posibilităților de a practica estetica pe linia tipului de demers „scientizant“.

Tot din perspectiva platformei de lucru utilizate, a metodologiei folosite, a aparatului conceptual la care se recurge, ca și din perspectiva atitudinii autorului față de fenomenele studiate, pot fi întîlnite și anumite formulări al căror sens se cere clarificat. În cadrul dezbaterilor de specialitate se utilizează expresiile *estetică subiectivă* și *estetică obiectivă*. Prima ar desemna tipul de estetică practicat în lumina convingerii că esența esteticului ține exclusiv de ecourile pe care formele contemplate le au pe planul comportamentului, reacțiilor și complexelor noastre de trăiri, în timp ce a doua ar desemna tipul de estetică practicat în lumina convingerii că esența esteticului ține exclusiv de formele contemplate. Alte expresii utilizate sînt cele de „estetică normativă“ și „estetică descriptivă“. *Estetica normativă* se întemeiază pe convingerea că există anumite principii, anumite „legi“ care stau la baza întregii vieți estetice, iar acestea, odată „descoperite“, permit nu numai o înțelegere corectă a fenomenelor studiate, ci și dirijarea „științifică“ a dezvoltării lor. *Estetica descriptivă*, dimpotrivă, are la bază convingerea că fenomenele de ordin estetic se sustrag oricăror reguli, iar singurul lucru ce îl putem face onest este să le descriem așa cum se prezintă.

6. Estetica și științele înrudite

Numeroase sînt confuziile dintre estetică și unele discipline sau științe înrudite. Nu numai pentru neinițiați, dar chiar și pentru specialiști, granița dintre estetică și teoria literaturii, teoria muzicii sau teoria artei este foarte greu de stabilit, mai ales dacă avem în vedere existența unor termeni ca „estetică muzicală“, „estetica literară“, „estetica artelor plastice“. Pînă la un anumit punct, desigur, domeniul esteticii se interferează cu atari domenii. Sînt necesare, totodată, și anumite disociații. *Teoriile diferitelor arte* reprezintă tentative de aprofundare a ceea ce are specific experiența unui anume grup de fenomene, constituite într-un domeniu estetic relativ autonom. Ele caută să explice natura actului artistic practicat în limitele domeniului respectiv, materialele, tehnicile și posibilitățile de expresie artistică ale diferitelor familii și subfamilii de forme, modul de structurare a domeniului estetic respectiv. Esteticile „speciale“ se mențin mai mult la nivelul reflecției pe marginea experiențelor unei arte sau alteia, fără a intra în detalii privind tehnicile folosite, posibilitățile de expresie la care se recurge etc.

Psihologia artei studiază atît condițiile procesului de elaborare a formelor specifice unui domeniu artistic autonom (procesul de creație), cît și condițiile în care respectivele forme permit celor care le contemplă anumite complexe de trăiri, stări de spirit, satisfacții, sentimente, plăcere.

Sociologia artei studiază aria și condițiile de răspîndire ale formelor estetice în anumite condiții de viață socială, răspîndirea instituțiilor culturale specializate într-un anumit spațiu, politica artelor într-un context social sau altul.

7. Noua deschidere

Marele interes actual pentru studiile de estetică ni se pare simptomatic. Ce va fi intuit Baumgarten — fără a o fi mărturisit totuși — în măsură

să asigure științei pe care a întemeiat-o o permanentă forță de atracție, deși contradicțiile și inconsecvențele sale sînt pretutindeni ușor constatabile? Probabil secretul nevoii specific umane de a medita asupra sensurilor existenței noastre. Iar lumea formelor capabile să provoace sentimente la simpla lor contemplare pare cea care incită cel mai mult la o asemenea meditație. Chiar cînd se situează la mare distanță de ceea ce poate să însemne cazul concret, stăruind exclusiv la nivelul generalităților, textele de estetică posedă totuși o „funcție” pozitivă. Ele sînt menite să incite la reflecție în legătură cu ceea ce se petrece în jurul tău și te implică afectiv. Ele se justifică astfel în calitate de îndemn la a medita în legătură cu ceea ce simți. Ele realizează astfel măcar aceea trezire a conștiinței din perspectiva căreia nu poți ignora ceea ce ajungi să trăiești, considerînd că merită să fie înțeles.

Estetica nouă caută să asocieze acestor temeuri tradiționale altele care să-i permită afirmarea în calitate de știință mai riguroasă, cu un cîmp de cercetare deschis și metodic accesibil. Analizele concrete sînt tot mai mult preferate considerațiilor speculative de extracție metafizică.

Studiile de estetică din această categorie se impun ca necesare îndeosebi atunci cînd este vorba de situații recente, pentru a căror înțelegere criteriile valabile în cazul experiențelor anterioare se dovedesc total inadecvate. Informația deținută trebuie, atunci, sistematizată structural și ordonată istoric fără să existe vreun punct de sprijin solid; aspectele considerate drept semnificative necesită, și ele, a fi scrutate din unghiuri diverse, așa încît ideile susținute să posede suficientă forță de convingere; întregul material concret avut la dispoziție se cere, astfel, atent și complex analizat. Esteticianul e obligat, în consecință, să preia o parte din atribuțiile istoricului, teoreticianului, sociologului și psihologului de specialitate, în vederea investigării situațiilor respective. Cît e estetică propriu-zis, cît e sociologie sau simplă teorie

a domeniului estetic studiat, în cadrul unei asemenea cercetări, va fi totdeauna greu de indicat.

Desigur, cînd esteticianul se vede obligat de însăși natura materialului faptic abordat să-și conceapă astfel cercetarea, devine absolut necesară profunda cunoaștere a tuturor artelor, a experiențelor proprii celorlalte domenii estetice — ce nu pot fi confundate cu arta —, a problematicii specifice noilor fenomene de civilizație.

În asemenea condiții, e de la sine înțeles că știința întemeiată de Baumgarten greu mai poate fi slujită folositor de către cei nefamiliarizați cu diferitele resorturi ale „practicii”. Dealtminteri, deseori, esteticianul de astăzi apare tot mai puțin ca filosof ce își permite considerații de ordin general cu privire la o „realitate” ale cărei resorturi intime nu le cunoaște decît aproximativ; de preferință el „dublează” specialistul — teoretician al artei, istoric, sociolog, psiholog sau teoretician al domeniilor estetice extra-artistice — ce-și permite numai considerații „la obiect”.

Orice s-ar spune, extinderea sferei contemporane a esteticului a determinat o oarecare perimare și compromitere, ca efort inutil, a tipului de studiu ce stăruie cu precădere la nivelul generalităților pe linia ambiției de a reduce totul la același numitor. Viitorul pare a aparține, mai degrabă, esteticilor „particulare”.

PROBLEME DE TERMINOLOGIE

Spre deosebire de conceptele altor științe, cele la care apelează estetica prezintă, parcă, un grad sporit de nesiguranță datorită, în primul rînd, faptului că ele comportă întotdeauna interpretări pronunțat subiective; datorită, în al doilea rînd, proceselor de uzură suferite, pe parcursul cărora și-au pierdut o parte din accepțiunile inițiale, iar în al treilea rînd, datorită imposibilității de a acoperi integral cazurile noi. De aceea, înțelegerea corectă a problemelor ce urmează a fi dezbătute mai departe necesită, așa cum am arătat, prezentarea principalilor termeni la care se va recurge.

Ca știință, estetica studiază o totalitate de fenomene — cîndva Baumgarten era de părere că ele privesc doar domeniile frumosului și ale artei — comportînd atît un aspect obiectiv: *formele*, cît și un aspect subiectiv: *trăirile* sau *complexele de trăiri* (obișnuit li se spune *sentimente*), ce pot fi încercate în condițiile percepției complexe a realității a formelor.

1. Conceptul de formă

Ar trebui poate pornit de la recunoașterea adevărului elementar că existența noastră se înscrie într-un univers de prezențe fizice distincte, va-

riînd nelimitat, pe care le percepem cu ajutorul simțurilor. Toate prezențele fizice distincte, perceptibile prin vîz sau auz, ni se impun ca forme; mirosul, pipăitul, gustul par a fi simțuri umane specializate în perceperea altor realități decît cea a formelor. Cum noi sîntem interesați acum de înțelegerea formelor perceptibile vizual, în continuare ne vom referi doar la acestea.

Prin termenul de formă vom înțelege, deci, acel ansamblu de elemente capabile a delimita și semnaliza vizual orice prezență în spațiu. Din acest punct de vedere cuvîntul formă posedă mai multe accepțiuni: el desemnează, mai întîi, *aspectul* exterior, neprecizabil, al unei prezențe fizice determinate. El desemnează apoi *conturul* sau *profilul* acesteia. Formă devine, în asemenea împrejurări, sinonim cu *figură*. Atunci cînd respectivul contur sau profil se apropie de niște limite considerate, în virtutea experienței, ca fiind proprii unui anume tip de prezențe fizice perceptibile prin vîz, cuvîntul formă posedă accepțiunea de *tipar*. Vechii greci aveau pentru formă atît *morphé*, însemnînd *înveliș*, cît și *eidos*, însemnînd *idee*, *principiu veșnic*. Pentru a se preciza modelul în raport cu formele ce pot fi întîlnite curent, se întrebuintează — obținute cu ajutorul prefixelor și rădăcinilor grecești — *arhetip* adică forma ideală inițială, la care trebuie raportate cele care se prezintă ca „abateri“ de grade diverse, și *prototip*, adică forma inițială multiplicabilă într-un anumit număr de exemplare, folosindu-se același material, aceleași tehnici și aceiași parametri.

Pe linia experiențelor umane curente, se operează și în estetică distincția dintre formă și conținut, citeodată aceasta fiind reținută ca foarte importantă, prin formă înțelegîndu-se astfel ceea ce delimitează, iar prin conținut ceea ce este delimitat în spațiu și poate fi perceput vizual. De la această distincție elementară au devenit posibile, prin derivare, și altele, în condițiile cărora conținutul ajunge să fie indentificabil cu materia din care e construită sau modelată orice pre-

zență fizică perceptibilă vizual, cu funcția acesteia, cu semnificația acesteia.

Evident, relația dintre conținut și formă presupune o complicată dialectică asupra căreia nu ne vom opri în acest context.

Căutînd să înțelegem lumea formelor căreia i-au fost consacrate atîtea seducătoare studii — chiar dacă n-ar fi să amintim decît cărțile lui Henri Focillon (1881—1943): *La vie des formes* * (publicată în 1936) și René Huyghe (n. 1903): *Formes et forces* (publicată în 1970) și încă ar fi suficient — vom reține că ea cuprinde atît *formele naturale*, cît și *formele artificiale*. Dacă formele naturale ne apar fie ca forme neînsuflețite, fie ca forme vii, formele artificiale presupun, cu anumite excepții, prelucrarea unui material inert. Sub alte aspecte, mai restrinse, cum ar fi cele referitoare la condiția spațială a formelor, fiecare dintre categoriile menționate anterior comportă noi și noi diviziuni: *forme statice* și *forme dinamice*; *forme tridimensionale* și *forme bidimensionale*. Posibilitățile de clasificare a formelor nu se opresc aici. Destinația, statutul lor funcțional devin elemente ce permit noi și noi clasificări. Formele artificiale, de pildă, se clasifică obișnuit în *forme utilitare* și *forme non-utilitare*, acestea putînd fi forme artistice, forme artizanale și forme industriale. În alte cazuri, se vorbește despre *forme funcționale* și *forme non-funcționale*.

Aparent, înțelegerea lumii formelor din perspectiva posibilităților de clasificare ce se întrevăd, a diviziunilor și subdiviziunilor ce pot fi stabilite pare fără importanță, iar cel mai adesea oamenii o și ignoră. În realitate, lucrurile nu stau așa. Formele se clasifică în lumina particularităților de care dispun, a principiilor care stau la baza lor. Clasificările ne vor ajuta, deci, să înțelegem mai bine apropierea și deosebirea dintre diferitele „specii“, „categorii“ și familii de forme.

* Henri Focillon, *Viața formelor*, București, Ed. Meridiane 1977.

Dacă formele naturale, atunci cînd se pretează aprecierii noastre estetice, nu pun probleme deosebite celui care încearcă să le înțeleagă sensul și semnificația, formele artificiale ne apar întotdeauna ca rezultate ale unei activități conștiente, implicînd deopotrivă gîndirea și acțiunea umană. Ele ne apar prin urmare ca material prelucrat într-un anume fel, în conformitate cu anumite intenții, de pe platforma unei anume concepții despre rostul lucrurilor — trebuitoare sau netrebuitoare — în viața omului. Se impune din acest punct de vedere să reținem că atît formele utilitare, cît și cele non-utilitare pot fi obținute pe două căi: prima, desigur, cea mai veche, presupune prelucrarea directă a materialului; noi o numim *artizanală*, într-un sens care depășește trimiterea la realitatea strictă a artizanatului contemporan; a doua, cumva mai nouă, presupune prelucrarea indirectă — cu ajutorul mașinilor — a materialului; noi o numim *industrială*.

În condițiile prelucrării directe a materialului din care urmează a rezulta forma, intervine problema unei anumite simpatii create între om și material, intervine problema pasiunii depuse în prelucrarea materialului, pasiune care va lăsa, totuși, „urme“. Forma respectivă poate fi inspirată de o alta, preexistentă; atunci ea va poseda alt statut decît originalul, dovedindu-se copie sau replică.

E greu să înțelegi bine ce se petrece astăzi în sferile artei, ale design-ului, ale vestimentației, ale înlocuitorilor de artă, fără a ține seama de atari adevăruri elementare.

Ignorînd distincția dintre original, copie și replică noi nu vom putea înțelege nimic din esența multora dintre fenomenele caracteristice vremurilor în care trăim, cum ar fi, bunăoară, interesul deosebit prezentat de forma rezultînd dintr-un proces de prelucrare directă a materialului, prin comparație cu forma rezultînd dintr-un proces de prelucrare indirectă, industrială, a acestuia.

2. Original și standard

Termeni-cheie în această privință devin *original* și *standard*. „Original“ se referă la ceea ce asigură formei acea pronunțată inconfundabilitate care-i va permite să ni se dezvăluie ca un adevărat spectacol, ca prezență ce nu poate fi suplinită prin alta, echivalată cu alta. „Standard“, dimpotrivă, se referă la ceea ce face forma privită confundabilă cu alte forme. Nota principală a oricărui standard se cere înțeleasă ca fiind repetiția, eventual în limitele unor foarte mici abateri. Sub aspectele sale ce ne interesează, „standard“ presupune întotdeauna starea de „concomitență“; el exclude atât interpunerile, cât și intreruperile. Practic, *originalitatea* — cu alte cuvinte condiția de „original“ — este cea care asigură inconfundabilitatea formelor. Când forma contemplată se dovedește pronunțat diferită de celelalte, ea va șoca privirea. Șocul resimțit la contactul cu forma pare a fi cel care stă — măcar într-un prim moment — la baza trăirilor estetice. Forma privită ni se va dezvălui ca privește neasemuită, obligînd la „dialog“, incitînd la reflecție. Pe acest fond are loc acea rupere temporară de orice alte preocupări a contemplatorului și aderarea sa exclusiv la formă.

3. Formele estetice vizuale — prezențe generatoare de spectacol. Expresiv și inexpressiv

Astfel, orice formă originală ni se dezvăluie ca un adevărat spectacol. Cuvîntul spectacol are aici sensul enunțat mai înainte, acela de privește namaiîntîlnită. Formele care se pretează aprecierii noastre estetice ne apar în felul acesta drept *prezențe generatoare de spectacol*. Ai în față nu doar o prezență materială perceptibilă vizual, ci o prezență care, reținîndu-ți atenția, obligîndu-te la „dialog“, tocmai în virtutea notelor sale de

originalitate, de ceva „diferit“ de ceea ce ai mai întîlnit, pare a reprezenta mai mult decît atît. De aici, efortul adeseori insesizabil de a-i desluși semnificațiile, de a-i descoperi sensul, iar în măsura în care acest lucru devine posibil, forma privită capătă o altă importanță decît aceea a unei prezențe vizuale obișnuite, care nu „spune“ nimic. În ea vom recunoaște sugestia unui posibil răspuns la întrebările noastre fundamentale cu privire la sensurile existenței pe care o ducem, ale vieții pe care o trăim. În forma privită ne vom afla deci implicați afectiv.

Unele studii din ultima jumătate de veac au insistat asupra distincției dintre *formele expresive* și *formele inexpressive*. „Expresiv“ vrea să însemne ceea ce își dezvăluie lesne, la nivelul înfățișării sale inconfundabile, informația de care dispune, mesajul pe care îl vehiculează, semnificația pe care o poate avea.

Formele estetice ne apar prin excelență în această calitate, de forme expresive.

Inexpresivitatea se cere înțeleasă atît în lumina condiției de standard a formelor, cât și în lumina neputinței lor de a se detașa de celelalte — chiar atunci cînd nu sînt standard — a incapacității de a se impune vizual într-un context determinant. Importantă lucrare de referință pentru înțelegerea formelor estetice ca forme expresive rămîne, fără îndoială, cartea apărută sub semnătura Susannei K. Langer: *Feeling and Form. A Theory of Art* (New York, 1953), la care vom mai avea ocazia să ne referim.

Dacă încercăm să realizăm prin ce se caracterizează formele estetice, trebuie să luăm mai întîi act de faptul că ele apar ca forme *ieșite din comun*. Prezențele ieșite din comun nu pot fi definite decît prin raportare la opusul lor: prezențele comune. *Comun* vrea să însemne ceea ce este al tuturor. În cazul proprietăților unei forme concrete, aceasta presupune că respectivele proprietăți pot fi întîlnite în egală măsură și la alte forme concrete.

Formele expresive sînt întotdeauna forme ieșite din comun. Tocmai prin aceasta ele devin de fapt generatoare de spectacol, reușind a ne reține atenția, a ne obliga la dialog atunci cînd ajungem să le abordăm ca sugestii în legătură cu o posibilitate sau alta de realizare umană în lume.

Mobilurile implicării noastre afective în formele contemplate sînt subtile. Cert este că formele generatoare de spectacol permit întotdeauna redescoperirea umanului în ipostaze inedite. Aici trebuie căutate acea încîntare, acea bucurie, acea satisfacție întîlnite în fața formelor ce comportă aprecierea de frumos, ce comportă, în general, o apreciere estetică pozitivă. Ai impresia că ele fac parte din propria-ți ființă, așa cum nu ai cunoscut-o pînă atunci. De aici, acea necesitate, în fața unei prezențe generatoare de spectacol, de a te reconsidera în raporturile cu lumea din care faci parte și nevoia de a reconsidera lumea. Partizanii teoriei „Einfühlung-ului” sesizau un profund adevăr atunci cînd afirmau că specific formelor estetice este capacitatea acestora de a ne face să „simpatizăm” cu ele, să „fuzionăm” cu ele într-o asemenea măsură, încît să se integreze complet aspirațiilor, dorințelor, idealurilor noastre. Împinsă mai departe, analiza noastră ne va destăinui că, în condițiile contemplării unei astfel de prezențe, „dialogul” vizual stabilit cu ea se realizează atît de intens, încît se obține o totală izolare a formei contemplate și a celui care o contemplă, de tot ce-i înconjoară. Se face abstracție de restul prezențelor din jur; se face abstracție de alte atitudini pe care le-am putea manifesta față de aceeași formă. Prin acel coeficient de „performanță” inherent formelor estetice, sugerind posibile ipostaze ale raporturilor noastre cu lumea, forma contemplată astfel determină un anumit transfer al subiectului de pe planul realului, pe planul imaginarului. Afirmand că arta ne înalță de pe planul cotidianului pe planul sărbătorescului, pe planul absolutului, Schopenhauer avea probabil în vedere această particularitate a for-

melor estetice, de a ne sugera, prin însuși caracterul lor de performanță, ipostaze posibile ale lumii în care trăim, de a ne transporta de pe planul a ceea ce există pe planul a ceea ce ar putea să fie, am dori, să fie, ar merita să fie. Aici trebuie căutate explicațiile stării de încîntare în fața prezențelor estetice pozitive, ca și explicația stărilor de repulsie în fața prezențelor estetice negative. Forma contemplată nu ne poate lăsa indiferenți. *Non-indiferența devine astfel principalul element de control în încercarea noastră de a distinge esteticul de non-estetic.*

În condițiile raporturilor cu formele estetice, indiferența apare ca imposibilă.

4. Forma ca produs; forma ca obiect; forma ca operă. Producție, fabricație, execuție artizanală, creație

Pe linia distincțiilor operate între formele originale și formele standard, între formele expresive și formele inexpresive trebuie înțeleși unii dintre termenii specifici problematicei pe care lucrarea noastră o abordează.

Unul este *produs*; se vorbește astfel de *produse artizanale* și *produse industriale*. Numai economiștii, juriștii iar, cîteodată, sociologii folosesc și expresia „produse artistice”. E mai greu — dacă nu chiar imposibil — de înțeles arta ca univers de produse. Termenul are o semnificație foarte vagă, desemnînd, practic, tot ce se prezintă ca rezultat al activității umane. În acest sens pot fi legitimate expresiile: „produse agricole”, și „produse industriale” care sînt folosite în mod curent. Cînd e vorba însă de viața spirituală, lucrurile se complică. Știința, filosofia, morala nu se mai concretizează, pînă la urmă, în produse. Expresia „produse spirituale” pare a avea mai mult caracter metaforic.

Tot în acest context e necesar să fie prezentați și termenii desemnînd procesele de obținere a

formelor. Pe linia unor distincții consacrate de mult la nivelul vorbirii curente, obținerea unei forme originale — în măsură să șocheze vizual atunci când venim în contact cu ea, să trezească anumite complexe de trăiri — de către cineva dispunând de talent și stăpînind meșteșugul necesar, conștient de faptul că aceasta nu trebuie să repete nimic din ceea ce există deja ci, dimpotrivă, să constituie o adevărată descoperire — este considerată, mai mult ori mai puțin concesiv, drept *creație*. Opusă creației este *producția*: obținerea de bunuri trebuitoare, prin prelucrarea — directă sau indirectă — a unui material determinat. Avem producția artizanală, producția industrială, dar avem și producția agricolă.

Cînd se subliniază faptul că forma este obținută prin procese de prelucrare indirectă, pornindu-se de la un prototip sau model, avem, pe lângă formula *producție industrială* și pe aceea de *fabricație*.

Opera de artă este întotdeauna rezultat al unui proces de creație. *Produsul de serie* e prin excelență, rezultat al unui proces de fabricație. După ce prototipul a fost preluat pentru producție, urmează a se realiza seria care, ținînd seama de etapele dezvoltării industriei, presupune execuția de către muncitori, cu ajutorul mașinilor sau execuția numai de către mașini, sub supravegherea muncitorilor și a specialiștilor, a obiectului sau, avînd în vedere complexitatea acestuia, a părților componente din care el urmează să fie obținut prin aceleași procedee de prelucrare indirectă.

Considerăm că nu poate rămîne neprecizat nici termenul de *obiect*.

Cîrulă astăzi, cu destulă frecvență, expresii de tipul: „obiect artistic“, „obiect artizanal“, „obiect industrial“, „obiect utilitar“, „obiect ludic“, și, bineînțeles, „obiect estetic“. Nu există însă decît foarte rar conștiința clară a ceea ce desemnează fiecare. Gradul de ambiguitate acceptat astfel, le face permanent generatoare de confuzii. Cel puțin pentru înțelegerea problemelor care urmează a fi dezbătute sînt necesare, în această

privință, anumite precizări. La prima vedere, s-ar părea că orice formă vizuală poate fi înțeleasă și ca obiect. Și totuși, nu e chiar așa. În lumea formelor obiectele constituie o clasă aparte. Piscul pe care îl privim de la poalele muntelui ni se impune ca formă; nu vom spune însă că el este un obiect. Soarele, luna, arborii nu sînt obiecte.

Termenul de obiect desemnează formele putînd fi cuprinse global cu privirea și pretîndu-se fie la o posibilă recompunere, reproducere, multiplicare prin intervenția omului asupra unui material identic sau asemănător celui din care au fost obținute, fie la o posibilă mișcare, manevrare, dirijare în conformitate cu o anumită intenție. Secundat de unele adjective în măsura a face expresia aptă să desemneze clase mai restrînse de forme, făcînd parte din categoria celor la care ne referim, cuvîntul obiect intră în construcția diferitelor expresii întîlnite adeseori astăzi în textele de estetică: „obiect artistic“, „obiect artizanal“, „obiect industrial“. O legitimitate mai atentă a lor relevă numeroase dificultăți. Probabil cel mai dificil este să legitimiezi formula „obiect artistic“. Aparent, expresia se dovedește sinonimă cu „operă de artă“ și nu o dată este folosită cu un atare sens.

Poate fi arta concepută ca sistem de obiecte?

E greu, totuși, să te împaci cu gîndul că frescele lui Michelangelo din Capela Sixtină sînt obiecte, că statuia Libertății, care întîmpină simbolic străinii ajunși la New York, constituie un obiect. Oarecare jenă simți numai la gîndul că vizitînd un muzeu de artă ai avut ocazia să privești niște obiecte interesante.

Noi nu ne raportăm la formele din domeniul artei ca la niște obiecte. Ele reprezintă ceva mai mult decît atît, în ciuda faptului că posedă și notele definitorii pentru orice obiect. Expresia „obiect artistic“ își găsește o întrebuintare neforțată numai în textele operînd la nivelul abstractizărilor maxime: statistici, acte contabile, acte juridice, anumite considerații de ordin fi-

losofic sau sociologic ș.a.m.d. A vorbi despre arta unei epoci istorice ca sistem de obiecte devine o aberație. Sculpturile lui Fidias nu sînt obiecte. Catedralele gotice nu sînt obiecte. Moștenirea artistică a lui Leonardo da Vinci sau Michelangelo nu se compune din obiecte, ci din mari opere. În parcul de la Tirgu Jiu nu se află amplasat un obiect denumit *Poarta sărutului*, ci opera sculpturală a lui Brîncuși, cu această denumire.

Dificultățile spre care conduce expresia „obiect artistic“, chiar dacă nu au fost teoretizate, sînt intuite totuși în mod curent și de aceea oamenii o evită. De ce nu resimțim aceleași dificultăți utilizînd formulele „obiect artizanal“ sau „obiect industrial“?

Probabil însăși relativitatea graniței dintre artă și alte domenii din sfera esteticului condiționează gradul de ambiguitate al termenilor folosiți. Granițele dintre artă și artizanat, dintre artă și înlocuitorii tehnici și industriali de artă, dintre artă și design sînt, dacă se poate spune așa, difuze. Granițele dintre artizanat și înlocuitorii tehnici și industriali de artă, dintre artizanat și design sînt mai puțin difuze. Stabilirea lor implică rezolvarea unor probleme de complexitate mai redusă. Expresiile formate prin diferite derivațiuni de la cuvîntul obiect nu mai apar în atari cazuri ca nefirești, artificioase. Desigur, formele din sistemul artei, chiar cînd posedă notele specifice „obiectului“, impun și ceva imposibil de obținut oricînd și de către oricine. Numai artistul, într-un anumit „moment“ al activității sale, a fost capabil să realizeze opera în fața căreia ne aflăm. Deci, arta poate fi înțeleasă numai ca sistem de opere, iar nu de obiecte. De aceea, apar drept nefirești formulări de tipul „opere artizanale“ sau „opere industriale“.

Ne referim la aceste probleme întrucît, dincolo de clarificările ce se impun, pentru ca debateră inițiată să se desfășoare corect, găsim în ele și oarecare temeuri pentru delimitările ce le vom întreprinde, dintre artă și înlocuitorii

tehnici și industriali de artă, dintre artă și design, dintre artă și vestimentație, dintre artă și amenajatul estetic.

Să ne oprim acum asupra unui alt termen care ne interesează în cadrul prezentului subcapitol: *opera de artă*. Forma obținută prin prelucrarea directă — în cazul nostru manuală — a unui anumit material, care reușește să se impună prin notele sale de originalitate, apărînd ca o adevărată descoperire în materie de corelare a părților ce alcătuiesc același tot, în materie de conturare a unei prezențe fizice perceptibile vizual ce nu-și găsește corespondent printre exemplele din aceeași specie, posedă un statut deosebit de cel al produselor sau obiectelor. Opera de artă constituie întotdeauna o prezență vizuală originală în cel mai înalt grad. Ea nu poate fi obținută decît de către cineva înzestrat cu talent și dispunînd de o cultură în măsură a-l face permanent conștient că ceea ce el urmează să realizeze prin prelucrarea materialului avut la dispoziție se va supune exigențelor decurgînd din experiența formelor cu statut similar, pe linia cărora oamenii sînt obișnuiți să aprecieze ceva ca frumos sau urît, să recunoască valorile. În cazul operei de artă, prezintă importanță determinantă faptul că forma e rezultatul unei prelucrări directe a materialului și, deci, rezultat al unei experiențe irepetabile, ireproductibile întocmai. Însăși etimologia cuvîntului e în măsură să ne atragă atenția asupra acestui lucru. *Opera* înseamnă, la origine, prelucrare. Forma cu statut de operă necesită tipul creatorului cunoscînd, pe de o parte, modul cum materialul avut la dispoziție trebuie prelucrat, stăpînînd așadar meșteșugul necesar, iar pe de altă parte, fiind în stare să descopere forma pe parcursul prelucrării materialului. Chiar dacă dispune de un anume proiect, de un anume plan, niciodată artistul nu poate ști cum va rezulta exact — dacă reușește — forma în a cărei creație s-a angajat. Domeniul artelor vizuale ne apare ca domeniu al formelor obținute prin prelucrarea directă a ma-

terialului, în condițiile căreia elementul de originalitate, cu toate trimiterile pe care acesta poate să le facă mai departe, este cel care prezintă cea mai mare importanță. Artă ne apare întotdeauna ca univers de forme *unicat*, de forme incompatibile cu condiția de standard, în măsură, tocmai prin aceasta, să șocheze vizual — provocând astfel diverse complexe de trăiri — să rețină atenția, să oblige, pe de o parte, la dialog, iar, pe de altă parte, la reflecție. După cum s-a mai spus, formele din sistemul artei ni se dezvăluie, întotdeauna, ca forme generatoare de spectacol, atât prin caracterul lor de descoperire obținută pe parcursul prelucrării directe a materialului, cât și prin caracterul lor de performanță. *Prelucrarea directă a materialului* se cere înțeleasă în limitele unei oarecari relativități. Ea nu exclude folosirea aparaturii moderne, folosirea mașinilor, dar presupune o execuție în condițiile căreia creatorul e în permanență prezent, intervenind sau dirijind direct întreg procesul de prelucrare a materialului respectiv.

O asemenea prezență distinctă doar anevoie poate fi asimilată unui obiect. Este limpede că, în fața unei forme ce dispune, în grade diferite, de atari calități, nu poți rămâne indiferent, încerci o anumită *dispoziție*, o anumită *stare de spirit* traductibilă prin *încântare*, *satisfacție*, *bucurie*, *emoție* și *sentiment*. Și de astă dată s-ar cuveni precizat fiecare termen; la nivelul vorbirii curente ei sînt adeseori confundați. Între *emoție* și *sentiment* pot fi cu ușurință sesizate nu numai deosebiri în ce privește intensitatea trăirilor, dar și în ce privește natura acestora. La fel se poate spune și despre deosebirile dintre *încântare*, *satisfacție* și *bucurie*. Asupra lor vom reveni însă.

Gradul de originalitate, expresivitate, performanță și capacitate de a impresiona, pe care opera îl dovedește din perspectiva experienței ce o încercăm fiecare în fața ei, definește valoarea operei de artă.

Prin calitățile la care ne-am referit, opera de artă se impune ca prezență ce nu mai are nevoie

să-și justifice și prin altceva existența; ea constituie o prezență suficientă sieși. Astfel, artă ne apare ca sistem de creații umane capabile să provoace diferite complexe de trăiri, emoții sau sentimente, la simpla lor contemplare, indiferent de eventuala lor destinație practică sau de alt ordin.

5. Formele artistice

Pe o asemenea înțelegere se bazează folosirea conceptului general de artă. El desemnează însă o realitate foarte diversă și complexă, care necesită, pentru desemnarea mai precisă a diferitelor grupuri de cazuri, folosirea unor concepte subordonate. E adevărat că atât conceptul general de artă, cât și termenii subordonați acestuia se resimt permanent de pe urma accepțiunilor avute anterior, într-o epocă sau alta. Se mai utilizează, de exemplu, și astăzi expresia *arte frumoase*. Ea desemnează, de regulă, cazurile în care formele contemplate comportă un asemenea grad de expresivitate încît nu numai că fac lipsită de sens orice altă justificare, dar implică excluderea oricărei alte posibilități de justificare a formei contemplate, în afara celei estetice. Artele frumoase privesc, așadar, întotdeauna formele capabile să încinte, să emoționeze, să trezească diferite complexe de trăiri excluzînd orice utilitate, orice „finalitate practică”. Cînd sînt admise totuși oarecari abateri de la o atare înțelegere a artelor frumoase, devine obligatorie preponderența esteticului asupra utilitarului. Nu ne vom putea imagina niciodată o compoziție picturală figurativă ca avînd caracter utilitar; prin forța împrejurărilor, imixtiunea utilitarului în sfera artisticului ar transforma respectiva compoziție în producțiune kitsch, în lucru de prost gust. Chiar o replică a *Giocondei*, executată cu mijloace industriale, pe un suport textil conceput ca prosop de baie, îl deranjează pe omul de gust.

În contextul general al artelor frumoase intervine problema distingerii anumitor grupuri de cazuri avînd caracter mai restrîns, prin folosirea altor concepte, subordonate, în funcție de principiile după care se călăuzește artistul în obținerea formelor, în funcție de tehnicile folosite, în funcție de incompatibilitatea — totală sau relativă — cu utilitarul.

Artele plastice înglobează, într-o primă accepțiune a termenului, formele capabile să impresioneze la simpla lor contemplare, create prin modelarea materialului; în cazul artelor plastice, materialul din care urmează a rezulta forma este modelat.

Dacă artele plastice înglobează formele estetice vizuale obținute prin intervenția umană asupra unui anumit material, potrivit principiului modelării, *arhitectura* înglobează formele estetice vizuale obținute după principiul edificării, al clădirii. Blocurile de material se suprapun, obținîndu-se astfel forma prin ridicare, înălțare, edificare. De unde și denumirea de clădiri sau de edificii pentru formele care se încadrează în domeniul arhitecturii. Dar atît această accepțiune a artelor plastice, cit și accepțiunea tradițională a arhitecturii — la care ne referim — se dovedesc doar parțial valabile. Formele arhitecturale din beton armat se obțin astăzi și potrivit principiului modelării, prin folosirea unor tehnici asemănătoare celor specifice artelor plastice, respectiv — din cadrul acestora — ale sculpturii. Pe de altă parte, atît grafica, pictura, cit și sculptura apelează astăzi, în cadrul experimentelor avangardiste, la principii diferite de cel al modelării tradiționale sau clasice. Intervin, de aceea, numeroase situații ambigue, pentru care folosirea termenilor consacrați se dovedește, cel puțin parțial, inadecvată. Alți termeni, unanim sau larg acceptați, nu există, totuși. Se încearcă impunerea unora, fără a exista însă toate garanțiile de succes. De unde, neînțelegerile la care asistăm pretutindeni, de unde caracterul de dialog între surzi pe care îl au, nu o dată, debaterile contem-

porane în legătură cu ceea ce trebuie să înțelegem prin artă.

Să ne întoarcem însă la problema conceptelor subordonate celui de artă. A doua accepțiune a *artelor plastice* privește un grup mai restrîns de forme, obținute după principiul modelării și anume formele care se impun prin expresivitatea lor vizuală, astfel încît exclud orice altă destinație decît aceea de a fi privite. E cazul formelor care se atașează domeniilor generale ale picturii, ale desenului și gravurii, ale sculpturii, forme ce comportă deplină autonomie estetică, nedepinzînd decît relativ de spațiul în care ne apar expuse și excluzînd orice utilitate, orice finalitate practică. Prin opoziție cu acest grup de forme ne apare un altul, implicînd de asemenea prelucrarea materialului după principiul modelării, care însă nu posedă deplină autonomie estetică — fie prin faptul că forma comportă și o destinație utilitară, fie prin faptul că forma, în configurația care ne trezește încintare, depinde de altă formă, ale cărei calități sau „virtuți“ estetice este chemată să le evidențieze. Se întrebuintează expresia *arte decorative* pentru a desemna grupul unor atari forme.

Artele decorative — spre deosebire de artele plastice, în cea de-a doua accepțiune a termenului, așa cum am prezentat-o mai sus — înglobează formele artistice vizuale obținute după principiul modelării, care pot avea și o anumită destinație utilitară, pe lângă cea estetică, sau sint chemate să pună în valoare, să evidențieze calitățile estetice ale altor forme, de obicei cu destinație utilitară, prin aplicarea lor pe părțile vizibile ale acestora. Așa se explică, pînă la un anumit punct, identitatea formulelor „arte decorative“ și „arte aplicate“.

Definitiv pentru artele decorative se dovedește faptul că ele înglobează forme obținute după principiul modelării care, ori comportă direct și un anume caracter utilitar, ori ne apar ca aplicate unor forme utilitare, pentru a le amplifica posibilitățile de impresionare estetică vi-

zuală. Și într-un caz, și în celălalt, este vorba despre forme care nu comportă deplină autonomie estetică. Ele nu pot „rezista” în sine, ci depind, chiar în configurația lor, de funcția pe care sînt chemate să o îndeplinească.

Insuficienta autonomie estetică vizuală a formelor artistice decorative a determinat înglobarea în categoria acestora și a unor forme ce nu se prezintă neapărat ca aplicate, dar care, prin dimensiunile lor reduse, în raport cu prezențele vizuale înconjurătoare, își pierde capacitatea proprie de impresionare estetică, punînd-o în valoare doar pe cea a prezențelor dominante, alături de care apar amplasate, expuse, prezentate. E cazul sculpturii decorative, printre altele. Uneori se întîmplă ca forma sculpturală privită să posede suficientă independență față de prezențele înconjurătoare, dar dimensiunile ei să nu permită contemplarea la scara umană firească. Numai la o privire atentă, de aproape, prin detașarea de locul de expunere sau prin apropierea noastră într-o anumită poziție față de piesă, ne putem da seama de adevăratele ei calități estetice.

6. Decorațiuni, ornamente, podoabe

Avem, prin urmare, artele plastice și artele decorative, așa cum am încercat să le delimităm pînă acum. Pentru artele decorative sînt necesare unele disociații suplimentare. Ele se referă, de data aceasta, numai la statutul lor de forme aplicate.

Se cer precizate, mai întîi, noțiunile de *decor*, cu derivatul său *decorațiune*, atunci cînd este vorba de obținerea unei forme ce urmează a constitui decorul alteia; *ornament*, cu derivatul său *ornamentație*, atunci cînd este vorba despre obținerea unei forme ce urmează a constitui ornamentul alteia, și *podoabă*, cu derivatul *împodobire*, legitimat din același unghi de vedere.

Decorul desemnează fie ansamblul formelor dispuse într-un spațiu arhitectural pentru a-i

amplifica virtuțile expresive, fie ansamblul formelor aplicate unei alte forme, pentru a-i sublinia sau amplifica forța de impresionare estetică vizuală. Decorul poate fi constituit din elemente diverse, cel mai adesea obținute dintr-un material diferit de cel al formei pe care urmează să fie aplicate, fiecare posedînd și o relativă autonomie estetică față de forma de bază sau spațiul în care sînt amplasate. De aceea, formele ce alcătuiesc un decor oarecare posedă și o valoare în sine. Dacă forma-suport s-a distrus, unele elemente de decor pot supraviețui, sub aspect estetic, la nivelul părților acesteia, ca elemente intrucitivă autonome. Trebuie reținut cu atenție cuvîntul *intrucitivă*. Este vorba de compoziții care nu pot poseda niciodată autonomie completă. Ele sînt gîndite în material și concepute tocmai pornindu-se de la premisa că vor fi chemate să pună în valoare, să sublinieze, să amplifice calitățile estetice ale unei alte forme, cel mai adesea avînd o funcție utilitară. Compoziția decorativă se supune, de aceea, unor exigențe specifice. Componentele decorului nu trebuie să „spargă”, să „distrugă”, să anuleze vizual forma de bază, ci s-o pună în valoare, s-o reliefeze. Elementele ce alcătuiesc decorul nu trebuie concepute independent de forma de bază, de forma-suport, pe care urmează a fi aplicate. Decorațiunea urmează a fi subordonată nevoii de a pune în valoare calitățile sau posibilitățile de expresie estetică ale formei-suport, ale formei de bază. Orice element care ar putea contraveni unei asemenea exigențe se cere eliminat sau, în cel mai bun caz, estompat, redus la esențial, *stilizat*, cum se spune în limbajul de specialitate. *Principiul stilizării* constituie, de altminteri, unul dintre principiile de bază ale compoziției decorative, înțeleasă tocmai în lumina genului de exigențe la care ne referim.

Spre deosebire de ceea ce reprezintă decorul, *ornamentul* comportă un statut aparte. La nivelul vorbirii curente, între decor și ornament nu se reține o prea mare deosebire. Frecvent, termenii sînt folosiți ca sinonimi. Chiar de către specialiști,

pină în timpurile din urmă, ei erau înțeleși astfel. Disciplina tradițională, predată în toate școlile de arte și meserii, de arte decorative — mai târziu — denumită „bazele ornamenticii” a tratat întotdeauna problemele privind statutul estetic nu numai al ornamentului, dar și al decorațiunii. Ornamentul era înțeles, în aceste condiții, drept un element al decorului sau decorațiunii. Citeodată, ornamentul mai este înțeles ca decorațiune realizată cu elemente sau forme aplicate, obținute din același material din care a fost creată și forma-suport.

Totuși, nici aceasta nu deosebește ornamentul de decor.

Esențial pentru ornament apare faptul că el reprezintă nu neapărat un element de decor obținut din același material cu forma-suport și aplicat acesteia, ci un element sau un ansamblu de elemente care fac corp comun cu forma-suport, nemaiposedind astfel nici un fel de autonomie. Odată distrusă forma, ornamentul își pierde orice importanță estetică, având cel mult șansa ca, pentru fragmentele de formă mai importante, să constituie un martor a ceea ce eventual însemna cindva întregul. În cazul ornamentului, stilizarea este împinsă la maxim, pină spre granițele abstractizării. Efectele folosite sînt de obicei acelea de linie, culoare și relief, fără ambiții figurative accentuate.

Decorațiunile și ornamentele se întîlnesc — cu rare excepții — ca forme aplicate altor forme, cel mai adesea avînd caracter utilitar. Caracterul utilitar nu trebuie reținut totuși ca obligatoriu pentru toate formele artistice decorative.

Spre deosebire de formele constituind domeniul strict al artelor plastice — formele sculpturale, picturale, grafice — care exclud orice finalitate practică, cele decorative pot avea și o anumită finalitate practică. Trebuie subliniat cuvîntul *pot*. Vom întîlni și destule forme artistice decorative sustrăgîndu-se în întregime oricăror cerințe utilitare. Cînd intervine totuși problema dimensiunii utilitare, alături de cea estetică, pentru acest

grup de forme trebuie remarcat faptul că aceasta apare ca „dimensiune secundară”; accentul cade pe capacitatea formei de a impresiona vizual. Conturul formei, structurile ei, întreaga compoziție sînt subordonate nevoii de spectacol. Astfel, în *cazul artelor decorative, principiul funcționalității nu ne apare aproape niciodată satisfăcut la modul ideal*.

Decorațiunile și ornamentele împiedică, frecvent, utilizarea formei cu randament maxim, ele constituind elemente adăugate, aplicate fără nici o justificare funcțională.

Decorațiunile și ornamentele, ca și profilul general al formei impunîndu-se prin originalitate, împiedică buna întreținere a formei.

Prin decorare și ornamentare orice formă utilitară, devenind mai aptă să impresioneze din punct de vedere estetic, devine și mai costisitoare. E bine să nu fie uitate aceste adevăruri. Pornind de la recunoașterea lor, ne vom putea permite o înțelegere complexă a domeniului contemporan al design-ului.

Decorațiunile și ornamentele privesc, așadar, fie elemente singulare, aplicate în conformitate cu principiile ritmului și simetriei, pe o formă-suport, fie ansambluri de elemente diverse aplicate, în conformitate cu principiile armoniei și echilibrului, pe o formă ce are nevoie să-i fie subliniate valențele estetice, prin intervenții suplimentare.

Decorațiunile și ornamentele se aplică în exclusivitate pe forme ce constituie creații umane.

Capacitatea de impresionare estetică a formelor naturale poate fi pusă în valoare printr-un alt gen de intervenție: *impodobirea*. Ea presupune ori punerea optimă în valoare vizuală a unor detalii, zone, părți inerente respectivei forme, ori adaosul de elemente străine formei, creații parțiale sau integrale ale omului. Acestea sînt *podoabele*. Cînd se intervine asupra unor detalii, asupra unor zone sau asupra unor părți ale formei, pentru a le pune în valoare vizuală optimă, fără nici un fel de adaos străin, respectivele detalii, părți, zone sînt denumite în

mod curent *podoabe naturale*. Când se intervine asupra formei naturale cu elemente străine, prin aplicare, atîrnare sau alte operațiuni similare, respectivele elemente străine, create tocmai într-un atare scop, poartă denumirea de *podoabe artistice*. E cazul bijuteriilor și giuvaerurilor sau, mai recent, al produselor care le imită.

Decorațiunile și ornamentele de cea mai mare importanță estetică reprezintă întotdeauna compoziții-unice, executate de artist fără nici un fel de intermediari; ele sînt astfel rezultatul unei intervenții directe asupra unui material determinat, asupra unei forme determinate, asupra unui spațiu determinat.

Dezvoltarea industrială din ultimele secole a trezit, printre altele, și ambiția obținerii unor obiecte utilitare mai ieftine, comportînd diferite decorațiuni și ornamente executate cu mijloace tehnice perfecționate, în cadrul proceselor de producție în serie, în conformitate cu o compoziție multiplicabilă industrial, într-un număr oricît de mare. Așa s-au impus și dezvoltat apoi produsele alcătuiind domeniul — desemnat poate cu un termen impropriu, dar de mult consacrat — *artei industriale*; el înglobează atît produsele utilitare comportînd diferite decorațiuni și ornamente executate industrial, cît și unele produse non-utilitare, cel mai adesea replici ale unor forme artistice decorative de succes, obținute de asemenea pe cale industrială. Intervine, deci, în cazul la care ne referim atît problema unor „replici“, executate industrial, în raport cu unele forme artistice decorative, cît și problema unor produse de serie concepute, fără nici o trimitere directă la o formă artistică determinată, în spiritul efectelor artistice decorative.

7. Arhetip, prototip, exemplar de serie mare, model, machetă

Nu se poate trece nici peste alți termeni, semnificativi în contextul discuției ce o purtăm, fără

a li se preciza conotațiile principale care, cîteodată, totuși, sînt ignorate.

Arhetipul desemnează cadrele ideale, tiparul în limitele căruia e posibilă creația de forme cu statut de prezențe originale, cu statut de unicat, prin relative abateri care nu sînt niciodată stabilite cu precizie. Termenul e folosit mai ales în studiile de etnologie și antropologie. În cadrul investigației noastre prezintă mai puțin interes. L-am amintit deoarece el poate fi confundat, uneori, cu prototipul.

Prototipul este un termen specific producției de forme realizate *în serie*, după tehnologii mai mult sau mai puțin avansate. El desemnează forma deja creată, constituind, într-un fel, exemplarul unicat, înainte de a se trece la producția lui în serie. Specific prototipului este faptul că el constituie rezultatul unei activități *nu de producție, ci de creație*. Execuția lui s-a făcut fie prin intervenție directă, fie sub supravegherea directă a celui care l-a conceput și proiectat. În cazul *formelor funcționale*, prototipul reprezintă exemplarul prim, cel de la care pornește seria. Prin procedee de fabricare, respectîndu-se întru-totul parametrilor prototipului, se va executa numărul dorit de exemplare, ce nu vor trebui să difere — în limitele în care percepția vizuală firească permite acest lucru.

Prin comparație cu prototipul, *modelul* reprezintă forma ce este luată, în condițiile unor procese de creație foarte diverse, ca element de referință. În raport cu modelul ales în vederea obținerii unei alte forme, sînt permise diverse abateri. Elementele ce trebuie respectate privesc doar principalii parametri și raporturile dintre părțile componente. În ce privește textura materialului, cromatică, accesoriile formei, ele pot varia. Formele realizate pe bază de model stau, într-o măsură importantă, sub semnul *creației*, pe cînd formele obținute pe bază de prototip stau exclusiv sub semnul *fabricației*. Comun modelului și prototipului se dovedește faptul că ele trebuie să cores-

pundă tuturor criteriilor, tuturor cerințelor produsului ce va ajunge la cumpărător.

Prin opoziție cu modelul și prototipul — sub acest aspect — ne apare *macheta*, constituind și ea tot un element de referință, în vederea obținerii unei forme definitive, prin prelucrare, directă sau indirectă, a unui material dat, în condițiile în care sint permise reducățiile de parametri — nu însă și de proporții. E posibilă ignorarea funcțiilor pe care forma va fi chemată să le îndeplinească în cele din urmă; e posibilă ignorarea caracterului utilitar al formei.

8. Formă și imagine

Formele ni se pot prezenta ca suprafețe sau volume, în ambele cazuri condiția lor spațială fiind definitorie. Distingem astfel formele bidimensionale și formele tridimensionale. Cînd forma bidimensională ni se impune ca reprezentare a ceva perceptibil vizual presupunînd, firește, anumite reducății sau amplificări de parametri, operate dintr-un singur unghi de vedere, ea se pretează înțelegerii noastre în calitate de *imagine*. De la această regulă trebuie admisă o excepție: holograma; de fapt e vorba despre o iluzie.

Disociațiile pe marginea conceptului de imagine se dovedesc întotdeauna dificile. Cuvîntul posedă mai multe accepțiuni. Una ar fi cea obișnuită, prin imagine înțelegîndu-se reprezentarea concretă a unei idei abstracte. Figurile de stil sint considerate, sub acest aspect, drept imagini. A doua ar fi cea „savantă“, cu un înțeles mai restrîns, prin imagine înțelegîndu-se, așa cum arată Abraham Moles (n. 1920) într-un studiu intitulat *Vers une ecologie de l'image*: „...un suport al comunicației vizuale care materializează un fragment de univers perceptiv...“ * Moles este de părere că orice imagine se carac-

* *Image et communication* (volum colectiv), Paris, Editions Universitaires, 1972, pag. 49.

terizează printr-un anumit grad, variabil, de *figurativ*, printr-un anumit mod de *iconicitate* — capacitatea de a reproduce comprimat și selectiv aspectele universului perceptiv la care face trimiteră — și un anumit coeficient de *complexitate*. Ar mai putea fi luate în discuție, desigur, și alte accepțiuni ale cuvîntului „imagine“, dar acestea nu ne interesează neapărat acum. Ce trebuie reținut, totuși? Mai întii, faptul că imaginea se identifică întotdeauna cu tipul de formă reproducînd selectiv și comprimat un aspect al universului perceptibil vizual. Apoi, faptul că ea reține doar unul din aspectele sub care ceea ce este reprezentat poate fi perceput vizual. Astfel, dacă o judecăm în limitele propriilor sale posibilități de expresie, imaginea se legitimează întotdeauna ca formă suficientă sieși. Dacă o judecăm însă prin raportare la ceea ce reprezintă, e lesne de observat că ea nu poate niciodată să „redea“ totul întocmai. Prin intermediul imaginii, ceea ce este reprezentat va fi doar parțial redat.

Teza potrivit căreia arta trebuie înțeleasă nu ca univers de forme, ci de imagini se întemeiază pe convingerea că arta nu poate fi decît figurativă, iar în această calitate poate să „redea“ mai mult ori mai puțin mulțumitor realitatea. Deoarece sfera conceptului de imagine apare foarte mult dilatată din perspectiva unei asemenea interpretări, considerîndu-se că toate artele au la bază „imaginea artistică“, pentru grupul de cazuri ce ne interesează s-a impus expresia, ușor tautologică: *imagine vizuală*.

Istoriceste, dintre formele estetice artificiale, inițial numai cele alcătuiind domeniile picturii și graficii se legitimează fără nici o rezervă și ca „imagini vizuale“. E de la sine înțeles că un monument arhitectural, bunăoară, doar forțînd mult nota îl putem aborda, atunci cînd ne aflăm în fața lui, ca imagine, iar nu ca formă. Odată însă cu descoperirea principiului și tehnicilor fotografiei, lucrurile au început să se schimbe. Devenirea lumii moderne a determinat afirmarea imaginii

și în lumina altor descoperiri științifico-tehnice. Cinematograful presupune proiectarea de imagini în suită; pe micul ecran ne sînt transmise imagini; albumul de artă conține imagini. Să reținem: proiectare de imagini, nu de obiecte. Definitorie pentru imagine se dovedește materialitatea ei ignorabilă.

9. Multiplicare și reprezentare.

Copie, replică, exemplar de tiraj sau de serie mică, reproducere

Două probleme rețin atenția noastră în lumina deosebirilor dintre formă și imagine. Mai întâi problema multiplicării formelor și imaginilor. Respectiva multiplicare poate fi artizanală sau industrială, manuală sau mecanică, simplă sau complexă, folosind mijloace tehnice perfecționate. Artizanatul, vestimentația, design-ul se definesc din perspectiva unor procese de multiplicare specifice, în care sînt sau nu sînt permise abaterile de la forma de referință. Intervine apoi problema relatării formei prin imagine, aceasta putînd fi gravură, fotografie, reproducere, diapozitiv, film. În toate cazurile este vorba despre o relatare incompletă ce nu epuizează întreaga informație de care dispune forma, chiar dacă vom recunoaște existența unor metode și tehnici de punere optimă în valoare a informației vehiculate prin imagine. Înlocuitorii tehnici și industriali de artă trebuie înțeleși în lumina acestor adevăruri.

Formele artificiale perceptibile vizual, capabile să impresioneze estetic, îndeosebi cele din perimetrul artei, se pretează la un proces de multiplicare, în sensul următorilor termeni: *copie, replică, exemplar de tiraj sau de serie mică, reproducere*. Ce desemnează fiecare?

Copia artistică este forma realizată prin prelucrarea directă a materialului — de către cineva înzestrat cu talent și stăpînind bine tehnicile necesare, cel mai adesea el însuși artist — ce re-

petă o altă formă, respectîndu-i întocmai particularitățile.

Replica ar constitui forma realizată, de asemenea prin prelucrarea directă a materialului de către artist, în spiritul unei forme anterioare, aceasta devenind mai degrabă pretext pentru noua formă, nefiind necesar să i se respecte toți parametrii și toate datele.

Exemplarul de tiraj sau de serie mică — termen specific mai mult gravurii și sculpturii — se legitimează, de asemenea, potrivit principiului multiplicării, opera fiind obținută, de data aceasta, după un anumit „tipar“, în mai multe exemplare. Fiecare fiind identic cu celelalte și posedînd aceeași valoare; nu putem vorbi, deci, despre un exemplar original după care s-ar fi executat celelalte.

Reproducerea se identifică întotdeauna cu imaginea obținută în condiții de prelucrare indirectă a materialului, folosindu-se procedee industriale ce reconstituie, mai mult sau mai puțin fidel, cu posibile modificări și reducții de parametri, forma unei opere existente, la nivelul datelor vizuale principale ale acesteia.

Copia, replica, reproducerea nu sînt în măsură să retransmită complet mesajul originalului. Atunci însă cînd nu există altă posibilitate de acces la acesta, chiar și atît cît ele ne oferă devine important.

10. Experiența estetică

Atît formele bidimensionale, cît și cele tridimensionale — atunci cînd apar ca rezultat al unei activități conștiente — presupun intervenția umană asupra materialului din care sînt obținute, în următoarele sensuri: în sensul delimitării formei în spațiu, prin restructurarea acestuia, în sensul individualizării formei prin intermediul efectelor simple de culoare, în sensul impunerii formei ca prezență expresivă, generatoare de spectacol, cînd există un asemenea program. Principalele

efecte exploatate sînt cele de culoare, lumină și umbră, „plin“ și „gol“, „închis“ și „deschis“, „mat“ și „lucios“, armonie și contrast, textură, structură, modul. Procesul de percepere a formelor vizuale apare determinant de modul cum sînt exploatate efectele la care ne-am referit. În cadrul procesului de percepere a formelor vizuale au rol obiectiv determinant lumina, poziția formei, distanța dintre formă și cel care o privește.

Nu trebuie ignorat nici aspectul subiectiv al aceluiași proces. El se referă la disponibilitatea privitorului față de calitățile formei. În ce măsură cel ce o privește este sensibil la aceasta, în ce măsură forma îl poate impresiona implicîndu-l afectiv, deci? Orice răspuns posibil la asemenea întrebări permite recunoașterea adevărului că, în condițiile actului de percepere vizuală a formelor, oamenii nu încearcă aceleași trăiri, nu resimt cu aceeași intensitate „contactul“ cu prezențele generatoare de spectacol. Experiențele lor anterioare de tip asemănător le vor condiționa reacțiile.

Rezonanța formelor contemplate pe planul subiectivității noastre va determina, așadar, valoarea pe care o vom recunoaște formei.

Esteticienii de formație pragmatistă — școală exclusiv americană — și unii dintre cei de formație husserliană — fenomenologică, deci —, căutînd să evite capcanele pe care le pot conține termenii de sentiment, satisfacție, plăcere etc., au recurs la formula *experienței estetice*.

Dicționarele filosofice definesc, aproape fără excepție, experiența ca act de cunoaștere în a cărui realizare apar direct și activ implicate simțurile noastre, fie pe linia unui contact trecător, fie pe linia unui contact continuu cu ceva existent obiectiv, prin trăirea de emoții diferite, prin încercarea de sentimente diferite. Experiența devine astfel o modalitate de integrare pleneră a omului în lume, orice contact cu realitatea concretă — în multiplele ei forme de manifestare — împlinind individul, îmbogățindu-l nu numai cu noi informații, dar și cu toate acele

senzații, emoții, sentimente ce asigură farmecul vieții. Cu asemenea sensuri va fi folosit cuvîntul în cadrul prezentei lucrări.

John Dewey (1859—1952), cu a sa *Art as Experience*, apărută în 1934, este primul dintre gînditorii moderni care au încercat să explice esteticul în calitatea sa de experiență umană. Potrivit concepției lui John Dewey, „separația“ clasică între om și natură, materie și spirit, practică și teorie, muncă și contemplație, nu face decît să reflecte pe planul speculației o nedreptate, existentă încă din societatea antică: împărțirea oamenilor în sclavi — privați de dreptul la orice activitate creatoare — și stăpîni — creatori de valori spirituale, consacrați contemplației. Lumii moderne nu i se mai potrivește însă modul clasic de împărțire a activităților umane în practice și spirituale. El consideră că experiența umană este indivizibilă. Viața noastră nu ar fi altceva, în consecință, decît experiență umană, în care ecourile pe planul subiectivității, ale gîndirii și acțiunii alcătuiesc un singur tot.

În estetică, concepția clasică ducea la înțelegerea frumosului în sine, care cobora în lumea experienței din regiuni imateriale. Consecințele unei atari concepții nu puteau fi altele decît ruperea creației artistice de celelalte forme ale activității umane, izolarea operei de artă de existența comună. Dewey concepe esteticul ca fiind o calitate a experienței umane generale și anume acea calitate care o diferențiază de activitățile mecanice, de activitățile reflexe. Savantul și artistul operează astfel în imediată vecinătate, deosebirea dintre ei constînd în transcrierea datelor experienței, în „memorarea“ lor, primul folosindu-se de anumite simboluri abstracte deja create, celălalt realizînd din „materie sensibilă“ întotdeauna un nou simbol. La Dewey plăcerea estetică se traduce prin plăcerea unei experiențe împlinite. Refuzul contemplativității coincide, obligatoriu, conform gîndirii celui ce a scris *Arts as Experience*, cu apa-

riția științelor umane moderne, toate avînd caracter experimental. Dovedindu-se imposibil de izolat din contextul social dat, esteticul solicită o cercetare combinată, la dimendiunile întregului. Cu o accepțiune întrucîtva apropiată de cea pe care i-o conferă Dewey, folosește termenul de experiență și Mikel Dufrenne (n. 1910), în cunoscutul său studiu din 1953 *Phénoménologie de l'expérience esthétique**

11. Perceperea estetică a formelor vizuale. Deformări optice și deformări afective

Din această perspectivă s-a ivit la orizont o nouă problematică, cea a implicării noastre afective—o implicare de grade diferite—in formele contemplate. Din moment ce forma privită ni se oferă ca sugestie referitoare la o posibilă împlinire a noastră în lume, ea devine mai mult decît o prezență fizică ce provoacă diverse trăiri sau complexe de trăiri. Ea constituie, pentru noi o prezență simbolică, atribuindu-i-se o cu totul altă importanță decît cea recunoscută simplelor lucruri. Sub acest aspect s-a insistat în ultimul secol asupra celor două tipuri de deformare, inerente procesului de percepere a formelor estetice. Psihologii de școală gestaltistă au stăruit asupra proceselor deformatorii intervenind în perceperea formelor, în funcție de distanța dintre privitor și formă, în funcție de condițiile de lumină, în funcție de perspectivă, în funcție de linie și culoare (liniile orizontale tind să creeze iluzia de condensare, iar cele verticale, de alungire; culorile de asemenea: cele calde creează iluzia de apropiere, cele reci de depărtare). Dar, îndeosebi filosofi, sociologii și esteticienii din ultimul veac au stăruit și asupra proceselor de deformare cu motivație afectivă. De la Ernst Cassirer (1874—1945) la Edgar Morin (n. 1921) și Gillo Dorfles (n.

* Mikel Dufrenne, *Fenomenologia experienței estetice*, vol. I și II, București, Ed. Meridiane, 1976.

1910) ar putea fi înșirate foarte multe nume. Ideea este aceea că, în funcție de experiența istorică a comunităților din care facem parte, în funcție de cultura acestora, dar și în funcție de aspirațiile și dorințele nutrite individual, noi nu ne raportăm obiectiv la prezențele lumii înconjurătoare. Cazul cel mai frecvent invocat pentru exemplificare este cel al falsurilor artistice. O pînză, considerată inițial ca operă a unui mare pictor, se descoperă că e falsă. Pînă la descoperirea falsului, (importanța ce i se atribuia, condiționînd, într-o anumită măsură, înseși trăirile și complexele de trăiri încercate), respectivul tablou — înțeles ca simplă prezență fizică perceptibilă vizual — se bucura de o apreciere favorabilă. Din momentul descoperirii lui ca fals, însă, valoarea care i se atribuie devine insignifiantă. S-a făcut mult caz în legătură cu istoria unor falsuri artistice efectuate de către olandezul Van Meegeren și descoperite la sfîrșitul celui de-al doilea război mondial. Van Meegeren reușise să vîndă unor colecționari celebri și chiar la cîteva muzee o serie de falsuri atribuite unor pictori renumiți. Printre acestea, cîteva lucrări considerate ca aparținînd lui Vermeer au stîrnit, înainte de stabilirea lor ca falsuri, entuziasmul experților, admirația criticilor și un interes public deosebit. S-a ajuns pînă acolo încît, chiar cînd Van Meegeren, constrîns de situația creată după război în Olanda, hotărăște să-și recunoască paternitatea unui fals ajuns în colecția lui Hermann Göring, căpătenie nazistă, devenit criminal de război, nu este crezut, întrucît expertizele științifice păreau a confirma convingerea că este vorba despre o operă a lui Vermeer. A trebuit ca judecătorul ce instruia cazul lui Van Meegeren să obțină de la acesta un fals, executat în închisoare, sub strictă supraveghere — pe care de asemenea expertizele științifice și criticii l-au primit favorabil, considerînd că este vorba, fără dubii, de un Vermeer

necunoscut — pentru a se putea dovedi că totul nu a fost decît o mistificare.

Cum vedem noi formele privity? Între *a privi* și *a vedea* se cere localizată atît problema deformărilor, întemeiate pe elemente de ordin fiziologic, perspectival, comunicațional, cît și cea a deformărilor întemeiate pe elemente de ordin afectiv. Noi nu vedem de fapt formele așa cum ele se prezintă privirii, ci așa cum sîntem dispuși să le vedem. După ce falsurile lui Van Meegeren au fost stabilite în mod definitiv, entuziasmul pe care ele îl stîrniseră pînă atunci dispăre; acum, lumea se comportă față de ele ca și cum ar fi niște lucruri obișnuite. Nimic din respectul, tractabil la nivelul comportamentului printr-o atitudine diferită de cea pe care o presupune lucrul comun, la care obligă marea operă de artă, nu mai poate fi sesizat. Sociologii s-au interesat cu mult zel de asemenea fenomene.

Edgar Morin a prezentat problema deformărilor apărute, din considerente de ordin afectiv, în procesul de percepere a formelor și de întreținere a reprezentărilor despre acestea, studiind fenomenul „stelelor” și vedetelor din lumea filmului. Deși Edgar Morin analizează în *Les stars*, (apărută în 1957)* un fenomen specific istoriei cinematografului, nepermițîndu-și extinderea concluziilor sale dincolo de lumea acestuia, cartea sa — ca și *Nuovi miti, nuovi riti* (Torino, 1965), publicată de Gillo Dorfles, pentru a ne referi numai la două lucrări importante, dezbătînd aspectele care ne preocupă — atrage atenția cu argumente seducătoare asupra fenomenului percepției deformate cu motivații afective, a tuturor prezențelor generatoare de spectacol. Noi vedem formele în funcție de modul cum ele ni se oferă ca sugestii la o posibilă împlinire a aspirațiilor, năzuințelor, dorințelor și idealurilor

* Edgar Morin *Starurile* București, Ed. Meridiane, 1977.

pe care le nutrim, în funcție de mediul în care ne-am format, de experiențele culturale la care am avut acces ș.a.m.d. Un simplu apus de soare capătă, ținînd seama de structura afectivă a fiecăruia, valoare diversă.

Lumea formelor, de care ne ocupăm în paginile acestei cărți, nu se poate sustrage, nici ea, fenomenelor de deformare întemeiate pe considerente de ordin afectiv. Concludent ne apare în această privință cazul modei vestimentare. Ansamblul pieselor de îmbrăcăminte menite să impună, prin purtare, pe cineva în ochii celorlalți, ca prezență generatoare de spectacol, stîrnind astfel admirație, incîntare, „plăcere” posedă statut estetic diferit, în funcție de succesiunile liniilor modei. Piese de îmbrăcăminte care ieri reușeau să impună o siluetă feminină ca prezență generatoare de spectacol, stîrnind incîntare și admirație, astăzi, cînd moda s-a schimbat, nu mai prezintă nici o importanță. Aceleași veșminte vor impune o prezență vetustă. Nu s-a schimbat aparent nimic, și totuși, la distanță de cîteva sezoane — sau de cîteva ani — forma contemplată ne apare în chip diametral opus. Civilizația modernă a impus situații noi, cum sînt cele privind statutul obiectului utilitar produs industrial ce interesează și sub aspect estetic. Automobilele a căror formă fascina cu treizeci de ani în urmă ne apar astăzi cu totul lipsite de eleganță, neprezentînd nici un fel de „interes” estetic.

12. Mitizare și demitizare

În vocabularul estetic actual figurează unii termeni indicînd atît fenomenele de percepere deformată cu temeuri pe planul afectivității, cît și procesele în contextul cărora acestea apar.

Mit, de exemplu, constituie un termen utilizat astăzi cu dublă accepțiune; cea tradițională

privește o întâmplare semnificativă pentru existența umană, petrecută în timpuri îndepărtate, despre care ne lipsesc principalele date; cîteodată nici măcar faptul că a avut loc nu poate fi probat. Întrucît nouă ne-ar place ca ea să fi avut loc într-un anumit fel, o vom interpreta conferindu-i atribute despre care nu avem nici o garanție că le-a posedat. Generațiile umane, în funcție de aspirațiile pe care le nutresc, interpretează astfel diferit aceeași presupusă întâmplare, descoperindu-i sensuri pe care în trecut nu le poseda.

A doua accepțiune a termenului de mit se referă nu numai la anumite întâmplări revelatoare pentru condiția umană, ci la toate acele forme care ne implică afectiv în existența lor. Noi le „vedem“ deformat. În funcție de aspirațiile, năzuințele și dorințele nutrite, li se conferă altă și altă importanță. Piese din sistemul vestimentației, care se supun principiilor modei, seriile de produse industriale diverse, considerate o vreme ca „frumoase“, comportînd din partea noastră, așadar, maximum de implicare afectivă, care cad apoi în desuetudine, fiind înlocuite de altele, ce vor avea același destin, ambalajele, stelele și vedetele din lumea filmului, teatrului, sportului se pretează a fi înțelese ca mituri. Mituri de azi. Dar mituri.

Creația de mituri ne impune atenției procesele de *mitizare*.

Distrucția de mituri — prin uzură, ceea ce devine sinonim cu căderea în desuetudine, sau prin dezvăluirea conștientă a deformărilor operate într-un scop sau altul, prin „demolarea“ mitului respectiv — ne impune atenției procesele de *demitizare*. În toate cazurile avem de-a face cu modificări de comportament mai mult sau mai puțin evidente. De pinza care era atribuită lui Vermeer te apropii cu sfială, într-o atitudine de reculegere. De aceeași pinză, cotată ca fals practicat de către un escroc cu numele de Van

Meegeren, te apropii fără nici o sfială, manifestîndu-ți disprețul. Un cîntăreț celebru de muzică pop, „producîndu-se“ în cadrul unui anumit spectacol, va atrage sute de mii de *fan-i*. Aplauzele frenetice și strigătele lor delirante sînt incompatibile însă cu situațiile cînd melodiile interpretate de același cîntăreț, dar înregistrate pe disc sau pe bandă magnetică ajung să fie ascultate „la domiciliu“, între cei patru pereți ai unei simple camere. E clar că noi percepem diferit muzica în funcție de prezența sau absența interpretului, în funcție de acel cadru ce se dovedește inerent unui simplu spectacol.

Termenul de *rit* desemnează tipul de comportament diferit de cel cotidian impus spontan contemplatorului de către prezențele estetice vizuale cu statut de *mit*.

Spre deosebire de rituri, *ritualurile* ar fi expresia comportamentului deformat impus contemplatorului de către prezențele estetice vizuale cu statut de mit, potrivit unor *rînduieli*, *exigențe* și *norme*, stabilite prin *obicei* sau *preconizate expres*, în condițiile unui anumit *protocol*.

13. Timpul de implicare afectivă. Modernitate și desuetudine

Cel puțin fenomenele actuale de civilizație ne obligă a reține cu multă atenție perechea de termeni *modern* și *desuet*. Termenul de *modern* desemnează perioada în care prezențele perceptibile vizual se dovedesc în măsură a ni se impune ca mituri, determinînd astfel acele abateri de la comportamentul obișnuit care stau sub semnul ritului. Termenul de *desuet* ar desemna timpul specific stării de decădere a unei prezențe vizuale din funcția de mit, cînd nu mai este capabilă să determine deformări de comportament. Toate formele estetice se supun, în grade diverse, proceselor la care ne referim.

14. Cotidian și sărbătoresc. „Sacru“ și „profan“

Sociologii au atras atenția și asupra unei alte perechi de termeni cu implicații evidente în viața estetică: *sacru* și *profan*. Și de data aceasta, fiecare dintre cele două cuvinte posedă mai multe accepțiuni. Cele care ne interesează aici privesc respectul sau lipsa de respect față de miturile în vigoare la anumite comunități, la anumite generații, la diferite tipuri de grupări umane. E admisibil gestul de dispreț în fața unei picturi recunoscute drept fals. E jignitor același gest de dispreț, în fața unei pinze a lui Vermeer, pentru toți cei care admiră opera marelui maestru olandez. Actul în sine capătă semnificația unei adevărate profanări, adică a sfidării respectului, dragostei și, pînă la urmă, a implicării afective a tuturor celor care îl consideră pe Vermeer un mare artist. Citeodată sfidarea nici nu poate fi tolerată. Atunci, între admiratorii operei lui Vermeer și cei care o sfidează se creează o adevărată tensiune. Pentru *fan*-ii lui Elvis Presley a-l huidui pe cîntăreț atunci cînd se „producea“ pe scenă ar fi însemnat suprema sfidare. Pentru dragostea și respectul față de „idol“ ar fi fost în stare să înfrunte pe oricine, ca și cum sfidarea i-ar fi vizat în mod personal, lipsa de respect căpătînd astfel proporțiile unei adevărate profanări.

Sacru desemnează starea formelor estetice în condițiile căreia devine posibilă o implicare afectivă pronunțată, înregistrîndu-se astfel față de ele maximum de respect sau chiar venerație din partea majorității membrilor unei comunități umane.

Prin opoziție, *profan* desemnează starea formelor estetice în condițiile căreia venerația devine imposibilă. Ca derivat al lui *profan* avem *profanare*, indicînd sfidarea, prin neimplicarea afectivă, a respectului sau venerației manifestate de către majoritatea membrilor unei comunități umane față de o formă estetică simplă ori complexă.

Situațiile și procesele ilustrate aici pe baza unor exemple ce ni s-au părut mai concludente pot fi întîlnite pretutindeni în viața estetică, la dimensiuni și în grade diferite. Cînd e în vogă o anumită linie a modei, devine profanatoriu s-o detești. Dar linia modei care va urma celei prezente se impune tocmai ca încercare de a atenta la prestigiul acesteia, de a submina acel maximum de respect pe care ea îl impune acum. Viitoarea linie a modei constituie, într-un fel, o profanare a celei prezente. Seria nouă de produse utilitare realizate industrial, care înlătură de pe piață pe cele ce au avut trecere pînă acum, operează tot în sensul unei anumite profanări.

Experiența estetică presupune astfel un sistem de relații instituite între forma privită și privitor ce necesită, pentru foarte scurt timp, o totală rupere, o izolare de rest.

Actul de percepere a formelor estetice implică astfel transferul de pe planul timpului obișnuit, cotidian, pe planul unui alt timp, deosebit. Prin diverse tehnici, impresia de timp deosebit de cel cotidian — obișnuit — poate fi intensificată, amplificată, subliniată.

15. Festivitate, ceremonie, solemnitate

Delimitarea spațiului în care are loc actul de percepere, izolarea lui de rest, amenajarea lui astfel încît să devină posibil transferul de pe planul realității obișnuite pe planul unei alte realități, cu semnificații superioare, care să ne implice afectiv, presupune un vast evantai de intervenții, cu toate tehnicile aferente, urmărind punerea în valoare vizuală a unei forme, a unui grup de forme sau a unui complex de forme. Sugestia obținută va trebui să fie aceea de cadru spațio-temporal diferit de cel obișnuit, comun, cotidian, spațiu în care devine posibilă implicarea noastră afectivă la nivelul simplei contemplări.

Termenii festivitate, ceremonie, solemnitate sugerează etape, dar și direcții diferite, în sensul cărora devine posibilă implicarea noastră afectivă.

Festivitățile constituie manifestări umane, specifice timpului liber, în condițiile cărora detașarea de cotidian e semnalată atît prin modul deosebit de organizare a spațiului în care au loc, cît și prin însăși condiția participanților. Îmbrăcămintea — întotdeauna diferită, parțial sau total, de cea purtată zilnic — atitudinea, obiectele folosite, gestica, întregul comportament, înglobînd elemente mai mult ori mai puțin pronunțate de patetism, definesc, în niște limite foarte vagi, orice festivitate.

Ceremoniile, reprezentînd, fie componente ale unor festivități, fie manifestări de sine stătătoare, specifice timpului liber al oamenilor, se definesc din perspectiva desfășurării lor în limitele unui anumit interval, ca succesiune de momente, pe linia datelor la care ne-am referit anterior. În cadrul ceremoniilor atitudinea, gestica, patetismul întregului comportament sînt, fără excepție, atent subliniate.

Solemnitățile punctează, în cadrul festivităților și ceremoniilor, dacă nu se impun ca manifestări de sine stătătoare, momentele și actele de cea mai mare importanță și gravitate socială pe linia unui patetism evident atît la participanți, cît și la „asistență“.

Alte completări și clarificări cu privire la sfera și conținutul termenilor festivitate, ceremonie și solemnitate vor fi aduse pe parcursul capitolelor următoare.

16. Stilurile

Din această perspectivă trebuie înțeleasă și problema stilului în design, în vestimentație, în amenajatul estetic al diferitelor spații arhitecturale. Majoritatea accepiunilor pe care cuvîntul *stil* le comportă derivă, de obicei, de la *stylus*, vocabulă ce desemna, în latină, un obiect cu vîrf ascuțit folosit pentru a scrie prin zgrăfitare pe

o mică placă de ceară. Fiecare își avea modul său de a mînuî acest obiect atunci cînd scria, fapt ce putea fi deslușit din felul cum se înfățișa scrisul. Prin extindere, stil a ajuns să aibă, mai tirziu, semnificația de „amprentă“ a personalității cuiva, prezentă la nivelul operei. Se vorbește astfel despre stilul unui scriitor sau artist. Sub alt aspect, tot pe linia accepiunilor derivate de la vechiul *stylus*, cuvîntul are și semnificația de amprentă a vieții unei comunități umane, prezentă la nivelul sistemului de forme create într-o anumită perioadă istorică. Cîteodată, prin stil se înțelege și „amprenta“ unui tip de activitate umană sau a unei profesii, prezentă, și ea, la nivelul diferitelor tipuri de „discurs“. Expresii de tipul „stil juridic“, „stil administrativ“, „stil literar“ se legitimează pe atari temeiuri. Cînd accentul cade pe elementele care se definesc, în primul rînd, în lumina unui timp istoric specific, apar alte posibilități de a reține realitatea stilului: stil arhaic, stil modern etc. Alteori stilul se definește pe linia efectelor la care se recurge cel mai frecvent în cazul anumitor tipuri de „discurs“ — cum ne indică, de altminteri, formule ca „stil poetic“, „stil retoric“ etc. Nu ne-am propus aici, însă, analiza conceptului de stil. Ceea ce credem că trebuie subliniat este faptul că, pe lîngă determinațiile obiective ale conceptului de stil, intervin și cele subiective. Frecvența anumitor expresii în cadrul „discursului“, frecvența anumitor structuri formale sînt într-adevăr definitorii pentru conceptul de stil. Nu e mai puțin adevărat însă că modul cum sînt percepute formele, ca și gradul de implicare afectivă a oamenilor în procesul de percepere a diferitelor sisteme de forme se dovedesc de asemenea definitorii. Într-o epocă sau alta, într-o societate sau alta, frecvența anumitor teme, a anumitor motive, a anumitor idei, a anumitor soluții, a anumitor tehnici, a anumitor profiluri structurează în mod inconfundabil procesele de percepție. Totodată, respectivele procese condiționează și întrețin, la rîndul lor, sti-

lul înțeles doar sub acest aspect obiectiv. Nu ar fi posibilă expansiunea unui stil în condițiile în care lumea — în sens de public — i-ar fi indiferentă sau ostilă. Un stil se dezvoltă fiindcă anumite forme ajung să aibă succes. Va apare deci tentația de a crea în spiritul unor asemenea forme.

Realitatea estetică a stilului trebuie avută în vedere, așadar, și din perspectiva dimensiunii „sentimentelor” ce ajung să fie încercate în condițiile contemplării formelor în limitele unui timp și ale unui spațiu social determinat, iar pornind de aici, în lumina deformărilor inerente procesului de percepere estetică.

Obișnuit, e luată în considerare doar problema stilurilor artistice. Așa după cum observa cindva Lucian Blaga, întreaga existență umană stă sub semnul stilului sau, mai bine spus, este esențialmente stil. De aceea, cind e vorba despre creații umane, indiferent de natura lor, acestea nu pot sta decît sub semnul stilului. Desigur, apartenența la un stil sau altul se prezintă mai spectaculos în cazul sistemului de forme specific artei. Constituirea noilor domenii estetice — extra-artistice — ne obligă să avem în vedere faptul că nici ele nu pot fi înțelese pierzînd din vedere aspectul stilistic. Design-ul, vestimentația, amenajatul estetic interior sau exterior se supun exigențelor stilului fiecărui loc și fiecărei perioade caracterizate prin evenimente de o importanță deosebită.

În măsura în care problema stilului apare în contextul analizelor întreprinse în acest volum ea trebuie înțeleasă astfel.

Am considerat necesar ca, prezentînd unele aspecte ale frumosului situat în sfera esteticului, dincolo de artă, să menționăm măcar semnificația principalilor termeni de lucru. O atare încercare nu poate suplini, firește, studiul amplu și temeinic al terminologiei estetice contemporane, de care însă cercetătorii de obicei se feresc, dat fiind gradul mare de vulnerabilitate al oricărei investigații întreprinse în acest sens și dificultățile pe care le implică.

III

FORME ȘI SENTIMENTE

1. Definiții discutabile

Sînt folosiți în mod curent, astăzi, în studiile de estetică, termenii precum *emoție*, *satisfacție*, *plăcere*, *sentiment*. Desigur, sensul lor variază în funcție de opiniile autorului. Și totuși, atunci cînd cauți să afli ce vrea să însemne fiecare dintre acești termeni și care-i locul său în cadrul aparatului conceptual de specialitate, rămîi descumpanit. Aproape că nu ai pe ce să te sprijini în interpretarea semnificației ce li se atribuie. Adeverul este că nu numai esteticienii, dar nici psihologii — fără a mai vorbi de filosofi — n-au reușit pînă acum să-i definească într-un mod cît de cît mulțumitor. Susanne K. Langer (n. 1895), în *Feeling and Form. A Theory of Art*, una din cărțile de estetică importante apărute în ultima jumătate de veac, vorbește numai despre forme, semnalînd în treacăt faptul că formele estetice sînt cele în măsură să trezească diferite sentimente, la nivelul simplei lor contemplări. Ea pare să-și întemeieze această reținere pe faptul că trăirile estetice, ținînd de resorturile subiectivității umane, diferă de la individ la individ, astfel încît orice încercare de a le defini devine discutabilă. Înțelegîndu-i prudența, ne întrebăm totuși dacă nu cumva trebuia fie să-și intituleze altcum cartea, fie să-și explice mai limpede poziția. Pro-

tabil, Susanne K. Langer a resimțit și ea insuficiența la care ne referim, pentru că, într-o lucrare ulterioară, *Problems of Art* (1957), prezentându-și la început termenii de lucru, face următoarea precizare: „O operă de artă e o formă expresivă creată pentru a fi percepută de noi prin intermediul simțurilor și imaginației, iar prin aceasta ea exprimă un sentiment uman. Cuvântul «sentiment» trebuie să fie luat în sensul său mai larg, înțelegându-se prin el orice simțire: de la senzația fizică — plăcere sau durere, excitație sau calm — până la emoțiile mai complexe, la tensiunile intelectuale sau la tendințele sentimentale permanente ale vieții umane conștiente.“* Precizarea astfel formulată nu poate ține nicicum însă locul unei definiții. A spune că sentimentul include orice simțire e poate adevărat, dar nu folosește la nimic. S-ar cere mers ceva mai departe și arătat ce se ascunde în spatele unui atare adevăr banal.** Intrăm într-o zonă unde se poate greși foarte ușor, dar, fără a o parcurge, riști să te menții la nivelul adevărilor inutile. Printre marile slăbiciuni ale esteticii merită semnalată și cea referitoare la faptul că știința întemeiată de Baumgarten n-a reușit să clarifice niciodată termenii specifici resorturilor subiectivității din construcția fenomenelor pe care le studiază. Însuși cuvântul sentiment posedă numeroase conotații, iar modul cum Susanne K. Langer ne propune să-l înțelegem devine semnificativ în această privință.

Încercăm noi oare, în fața formelor privite, care se legitimează ca estetice, cu adevărat niște sentimente? În căutarea răspunsului n-ar trebui uitat faptul că, în antichitate, vechii greci folo-

* Trad. italiană—Susanne, K. Langer, *Problemi dell'arte*, Milano, Il Saggiatore, 1962, pag. 28.

** Interesante disociații în această privință conține studiul lui L. Cellérier: *Les elements de la vie affective*, publicat în „*Revue philosophique de la France et de l'étranger*”, începînd cu nr. 3—4, 1926. O prezentare la zi — totuși, pentru nespecialiști, aparținînd unui numeros grup de oameni de știință contemporani, conține revista *Science et vie*, nr. 158 (Hors serie, trimestriul), mars, 1987.

seau, în principal, doi termeni — cu numeroasele lor derivate — pentru a desemna stările de implicare afectivă, inclusiv cele pe care le studiază azi estetica: *pathe* și *hedone*.

Primul viza mai curînd trăirile specifice întâlnirii cu forma stînd sub semnul perfecțiunii, putîndu-se ajunge pînă la o vremelnică rupere totală de orice alte preocupări, din partea subiectului, prezența contemplată eclipsînd practic totul. Derivații lui *pathe* desemnau tocmai aceste grade diverse ale trăirii încercate în condițiile contemplării formelor.

Hedone desemna starea de complacere în relație cu forma, incluzînd o serie de momente pentru care, atît în vechea greacă, cît și mai tîrziu, în limbile moderne, s-au impus termenii: „încîntare“, „satisfacție estetică“, „bucurie“, „plăcere“. Fiecare a constituit, de-a lungul veacurilor, un obstacol, în fapt de nedepășit printr-o abordare frontală, pentru cei care au încercat să înțeleagă misterul esteticului.

Încîntarea poate fi interpretată ca trăire estetică nemijlocit determinată de spectacolul elevat pe care îl oferă forma prin notele sale pozitive. Prezența contemplată ți se dezvăluie ca adevărată „performanță“ a naturii sau a omului, obligîndu-te, tocmai prin aceasta, să insiști cu privirea asupra ei pentru a-i putea descoperi sensul, semnificația rostul printre celelalte lucruri. Intervine astfel, — după cum s-a mai arătat — în cadrul stărilor de încîntare problema unei comunicații intense între prezența contemplată și contemplator. În limitele procesului la care ne referim devine posibilă acea uitare de grijile și preocupările mărunte, acea rupere de „cotidian“, acea plonjare în sistemul de relații specifice formei, din perspectiva căreia nimic altceva nu mai prezintă interes. Evident, stările de încîntare nu sînt posibile decît în lumina unui spectacol estetic pozitiv.

Satisfacția estetică se cere înțeleasă ca trăire estetică nemijlocit determinată de acele proprietăți ale formei care, în condițiile actului de con-

templare, se constituie în calitate de sugestii cu privire la o posibilă împlinire a omului în lume.

Bucuria apare ca „tip” de satisfacție cu motivații mai degrabă de ordin moral.

Termenul la care estetica tradițională a recurs cel mai mult pentru a indica generic trăirile estetice cu motivații „pozitive” a fost acela de *plăcere*. S-a evitat, totuși, aproape cu regularitate, precizarea conținutului său. Kant, în *Critica facultății de judecare* (1799), îl folosește, apreciind că nu mai are nevoie să fie explicat. El insistă doar asupra deosebirii dintre plăcerea care apare ca rezultat al satisfacerii unei necesități sau a unui interes determinat și plăcerea estetică, dezinteresată. În spiritul lui, întreaga gândire estetică a secolului al XIX-lea n-a mai considerat necesară aprofundarea termenului. Când la al II-lea Congres internațional de estetică (ținut la Paris în 1937), poetul Paul Valéry și-a permis să vorbească despre confuziile pe care le poate provoca întrebuintarea abuzivă a cuvântului „plăcere”, cel puțin în interpretarea artei, a fost privit cu ironică îngăduință de către unii dintre participanții mai vîrstnici, slujitori ai esteticii filosofice de tip tradițional. Totuși, Valéry avea dreptate. Să-l urmărim: „Plăcerea, ca și durerea (pe care nu le apropii una de alta decît pentru a mă conforma uzanței retorice, însă ale căror relații — *dacă ele există* — trebuie să fie mult mai subtile decît aceea de a face «pandant») sînt elemente întotdeauna foarte jenante într-o construcție intelectuală. Ele sînt indefinibile, incommensurabile, incomparabile sub orice formă. Ele oferă tipul însuși al acelei confuzii sau al acelei dependențe reciproce dintre observator și lucrul observat, care e pe cale de a provoca întotdeauna desperarea fizicii teoretice.

Totuși, plăcerea de specie comună, factor pur senzorial, a primit destul de ușor un rol funcțional onorabil și limitat. I s-a atribuit o funcție în general utilă în mecanismul de conservare a individului, și de nădejde în mecanismul de propagare a rasei, iar eu nu mă opun la asta. Pe scurt, fenomenul *plăcerii* era salvat în fața rațiunii

prin argumente de finalitate, cîndva destul de solide.

Dar există plăcere și plăcere. Nici o plăcere nu se lasă prea ușor condusă spre un loc bine determinat în ordinea lucrurilor. Există plăceri care nu servesc la nimic în economia vieții, dar care nu pot, pe de altă parte, fi privite ca simple aberații ale unei facultăți de a le simți necesare existenței vii. Nici utilitatea, nici abuzul nu le explică. Asta nu e totul. Acest tip de plăcere nu poate fi separat de dezvoltările care depășesc domeniul sensibilității și o leagă întotdeauna de producerea modificărilor afective, de cele care se prelungesc și se îmbogățesc pe căile intelectului și care conduc citeodată la întreprinderea de acțiuni exterioare asupra materiei, asupra simțurilor și a spiritului altuia, solicitînd exercitarea combinată a tuturor facultăților umane.

Acesta este punctul nevralgic. Plăcerea, care se adîncește citeodată pînă la comunicarea unei iluzii de înțelegere intimă a obiectului care o cauzează; o plăcere care stîrnește inteligența, o desfide și o face să-și îndrăgească înfrîngerea; dimpotrivă, o plăcere care poate stîrni strania nevoie de a produce sau a reproduce lucrul, evenimentul sau obiectul sau starea la care el pare a fi atașat și care devine prin aceasta o sursă de activitate *fără termen cert*, capabilă de a impune o disciplină, un zel, chinuri pe toată viața și de a o umple, dacă nu cumva s-o facă să se reverse, propune gîndirii o enigmă singular specioasă, care nu poate scăpa dorinței și constrîngerii hidrei metafizice.“*

În lipsa unei definiții general acceptabile am putea spune, deci, că plăcerea estetică trebuie înțeleasă în calitate de complex de trăiri convenabile încercate în condițiile instituirii unor relații de contemplare a formelor stînd sub semnul armoniei, echilibrului, perfecțiunii. E totuși, foarte

* *Deuxième Congrès International d'Esthétique et de Sciences de l'Art*, Paris, 1937, pp XV—XVI.

pu în. Nu poate propune însă cineva o definiție mai acceptabilă?

Pe lângă dificultatea obținerii unei asemenea definiții, pentru termenul de plăcere mai intervine, însă, și o alta: plăcerea nu acoperă decât o parte din trăirile ce pot fi încercate în condițiile contemplării formelor estetice. Dacă acceptăm ideea că uritul, de pildă, aparține, ca opus frumosului, tot sferei esteticului, trebuie să avem în vedere un cu totul alt „tip“ de trăire decât acela de plăcere.

2. Trăire, emoție, gust, sentiment

Pe atari temeuri s-a înregistrat în primele decenii ale secolului XX, un plus de preferință pentru termenii de „trăire“, „emoție“, „gust“, „sentiment“. De fapt, asistăm la o revenire a lor — cel puțin pentru „emoție“, „gust“, și parțial „sentiment“ — pentru că perioada care i-a consacrat acoperă sau chiar depășește limitele secolului al XVII-lea și al XVIII-lea.

Contactul sau relația senzorială cu lumea din jur presupune, întotdeauna, mai întâi, momentul „luării de act“, al recunoașterii unei existențe obiective concrete. Ulterior, în funcție de proprietățile prezenței percepute, intervin senzațiile. Ele pot determina, apoi, emoțiile. Toate momentele la care ne referim implică afirmarea ființei noastre, la nivelul simțurilor, în raport cu lumea din jur. Informația captată se pretează diferitelor asocieri, în funcție de experiențele anterioare; se pretează unei asimilări complexe ce permite, până la urmă, definirea atitudinii noastre față de ceea ce luăm act. Ființa umană se află astfel profund implicată în relația cu ceea ce este perceput. Această implicare complexă se cere înțeleasă ca *trăire*. Specific trăirii apare faptul că ea are profunde ecouri în viața psihică, îmbogățind întotdeauna — chiar dacă noi nu sesizăm — pe plan individual, experiența umană.

Gîndirea estetică engleză a secolelor al XVII-lea și al XVIII-lea a stăruit și asupra cuvîntului *emoție*. El ar desemna ecourile profunde, pe planul psihismului, ale contactului cu unele dintre prezențele lumii din jur, în măsură să amplifice importanța diverselor trăiri, înregistrîndu-le ca momente deosebite. Se insista atunci asupra ideii că în construcția oricărei emoții intră elemente care nu pot fi indicate cu precizie, nici explicate.

În aceeași perioadă, mai ales prin francezi și spanioli, s-a impus termenul de *gust*, desemnînd deschiderea ființei umane, în limita experiențelor trăite, spre calitățile estetice obiective ale formelor — cum ar fi armonia, echilibrul, expresivitatea. Gustul ar constitui, potrivit concepțiilor estetice dominante în perioada la care ne referim, „cel de-al șaselea simț“ uman. E interesantă ideea pe care o întîlnim în această perioadă referitoare la faptul că gustul, chiar conceput ca „simț“ uman specific, spre deosebire de celelalte simțuri, înnăscute, se formează și se modelează pe parcursul educației pe care fiecare persoană o primește.

Prin comparație cu trăirea, emoția și gustul, *sentimentul* — termenul pătrunde în vocabularul filosofic mai tîrziu, înlocuindu-l la gînditorii englezi, pe cel de *passion* — constituie o stare afectivă complexă și relativ constantă, în lumina căreia ceea ce este contemplat se pretează unei judecăți de valoare. Ca și „plăcere“, „sentiment“ e un termen greu definibil. Spre deosebire de plăcere, el desemnează totalitatea complexelor de trăiri — nu doar cele convenabile — ce pot fi încercate în condițiile contemplării formelor expresive în măsură a fi percepute vizual, dacă avem în vedere numai cazurile ce ne interesează.

Intervine deci problema duratei, amplexării, intensității „ieșite din comun“ pentru complexele de trăiri ce ni se impun ca sentimente. Structura sentimentelor estetice, întotdeauna condiționată de statutul formelor contemplate, trebuie avută în vedere ca principal punct de sprijin pentru înțelegerea lor diferențiată pe „tipuri“ de trăiri, fiecare „tip“ presupunînd, practic, o situație in-

confundabilă și irepetabilă. Astfel, devine posibilă, de pildă, înțelegerea sentimentelor de frumos, grațios, sublim etc.

Studiile contemporane de psihologie, ca și cele de filosofie existențială, au mai impus alți doi termeni: cel de *dispoziție* și cel de *stare afectivă*. Nu ne vom aventura în precizarea conținutului și semnificației fiecăruia, dar vom reține faptul că aceste resorturi ale esteticului, prea puțin clarificate, ne pun în dificultate atunci cînd încercăm să ținem seama de relația dintre forme și sentimente.

3. Cel mai ușor e să demolezi totul; dar ce vei pune în loc?

Imposibilitatea unor definiții precise pentru termenii „emoție“, „satisfacție“, „plăcere“, „sentiment“, ca și non-concordanța de sensuri ce li se atribuie în practica vorbirii curente, au determinat pe unii specialiști să se îndoiască de oportunitatea lor ca termeni de lucru în estetică. S-a mers, chiar, pînă la a se susține că atît estetica, cît și psihologia artei ar fi fost, de la bun început, orientate greșit. Dovada cea mai convingătoare: impasul în care au ajuns. Ele nu au putut niciodată să explice mulțumitor ceea ce a fost recunoscut drept propriul lor obiect de studiu; mereu a mai rămas cîte ceva neluat în considerare. Așadar, cele două științe, precum și întregul lor cortegiu de preocupări însoțitoare, trebuie să reia totul de la început. Aceasta e poziția radicală. Există însă și o alta, evident, moderată. Se preconizează de astă dată nu reluarea investigațiilor de la zero, ci convertirea termenilor „emoție“, „satisfacție“, „plăcere“, „sentiment“ și „experiență“ în cel de „categorie estetică“, termen mult mai vag. Desigur, fiecare dintre cele două poziții poate fi luată în considerare numai dacă permite să se întrevadă o posibilitate de rezolvare a problemelor în discuție. Cum însă, în ambele cazuri pot fi întîlnite și anumite elemente de adevăr,

merită meditat asupra lor. Poziția radicală ni se pare cea mai lipsită de perspectivă. Totuși, printre partizanii ei se numără și Rudolf Arnheim (n. 1904), probabil cel mai de seamă psiholog contemporan al artei, desprins din școala gestaltistă. În *Toward a Psychology of Art* el pune la îndoială nu doar legitimitatea termenilor „emoție“ și „sentiment“, ci însăși valabilitatea convingerilor în sensul cărora estetica a stăruit din secolul al XVIII-lea pînă astăzi. Este vorba — afirmă Arnheim — despre o eroare căreia i-au plătit un anumit tribut, mai mult sau mai puțin important, aproape toți gînditorii convinși că esteticul poate fi explicat pe linia unor forme care transmit sau provoacă sentimente la nivelul simplei lor contemplări. Arnheim se referă mai mult la autori din cîmpul culturilor anglo-saxone, cum ar fi Clive Bell, Roger Fry, D.W. Prall, George Santayana, Suzanne K. Langer. Dar îți dai cu ușurință seama, pînă la urmă, că el îl vizează, deopotrivă, pe Immanuel Kant, atunci cînd afirmă că este înșelător să presupui existența unei facultăți speciale a sentimentului. În utimul capitol al cărții la care ne referim, intitulat *Emotion and Feeling in Psychology and Art*, Arnheim procedează la o amplă examinare a termenilor în cauză. El este de părere că relația dintre operă și cel care o contemplă e prea complexă pentru a putea fi definită numai prin una din „dimensiunile“ sale, cea emoțională. Pierzînd din vedere dimensiunea cognitivă, de pildă, sau cea motivațională, la fel de importante, e greu să ajungi la concluzii corecte, pe care să te poți realmente sprijini. Premisele de la care Rudolf Arnheim pornește în demolarea întregului eșafodaj al esteticii emoției, sentimentului, plăcerii și experienței estetice sînt următoarele: „1. Toate evenimentele mentale sînt *percepute*, fie în mod conștient, fie inconștient. Aceste evenimente percepute alcătuiesc două mari categorii pe care eu le voi numi extra-cerebrale și intra-cerebrale. Percepțiile (*percepts*) extra-cerebrale sînt stimulate direct de evenimentele din

afara creierului. Asemenea evenimente se pot produce în afara corpului meu (Văd un șobolan care aleargă) sau înăuntrul lui (Mi-e foame). Percepțiile intra-cerebrale sînt stimulate de evenimente limitate la creier, cum ar fi gândurile, dorințele, imaginile. Aceste din urmă procese mentale nu sînt în general considerate drept percepții (*perception*); este esențial, totuși, ca aspectele lor perceptuale să nu fie neglijate. Gîndurile și dorințele sînt exact tot atît de direct percepute ca și șobolanii alergînd sau foamea.

2. Fiecare eveniment mental se prezintă ca efort dirijat în două privințe: spre cel care observă și spre ceea ce este observat. Perceperea de către mine a șobolanului, a foamei, a gîndului meu este intenționată și dirijată către un țel: fac efortul să devin conștient de ceea ce se petrece. În același timp, ținta acestei conștientizări este animată și de efortul dirijat. Șobolanul aleargă către o țintă, foamea trebuie satisfăcută, gîndurile sînt realități psihologice dinamice ce conlucrează în direcția găsirii unor soluții. Psihologii vorbesc despre motivații cînd doresc să descrie strădaniile celui ce percepe șobolanul nerăbdător, stomacul flămînd sau gîndul iscoditor. Ei vorbesc de expresie cînd doresc să descrie efortul corpului șobolanului, înălțarea unui plop sau a unei arcade gotice. Dar ei nu reușesc în general să observe că de fapt și conținuturile gîndirii intra-cerebrale au expresie; în concepte ca: putere, pace sau libertate, sînt percepute calitățile expresive de vigoare, de calm sau expresivitate. De asemenea, cu privire la situația totală, psihologii neglijează faptul că motivația și expresia trebuie tratate sub un singur titlu, ca dinamică a conținutului și evenimentelor mentale.

3. Aspectul cognitiv al vieții mentale reprezintă substratul tuturor experiențelor: totalitatea a ceea ce constituie evenimentele mentale și a ceea ce este perceput. Înăuntrul acestei totalități, aspectul dinamic se referă la forțele vieții mentale, la ceea ce se petrece în jur. În sfîrșit emoția, este *tensiunea* sau *nivelul de excitare* ce se produce

prin interacțiunea forțelor mentale. În mecanica minții, emoția este solicitarea cauzată de tracțiunile și presiunile ce constituie activitatea mentală. Astfel, emoția nu contribuie cu impulsuri proprii; ea este doar un efect al jocului forțelor ce are loc în interiorul minții.“*

Concluzia la care ajunge Rudolf Arnheim poate fi rezumată astfel: încă nu există o știință serioasă, bazată pe noile cunoștințe cu privire la funcțiunile creierului uman, o știință a tuturor acelor resorturi intime ce formează sinele ființei umane, dar ea ar trebui întemeiată. De bună seamă, această știință ar putea înlocui cu mai mult folos pentru estetică actuala psihologie a artei atunci cînd se au în vedere trăirile încercate de către cel care contemplă opera.

Demolarea e practică foarte spectaculos și — cel puțin la prima vedere — fără drept de replică. Pe terenul rămas însă viran nici Rudolf Arnheim nu e în măsură să pună nimic. E necesar, totuși, să fim prudenți. Nu numai pe cale silogistică, ci și experimentală, se poate ajunge uneori la concluzii eronate.

Va fi întotdeauna greu de spus dacă numai oroarea de vid — sau poate și intuiția posibilului adevăr că problema emoțiilor și sentimentelor în estetică nu e cu totul falsă — a îndemnat pe numeroși esteticieni din secolul XX să convertească problematica emoțiilor, sentimentelor, plăcerii și experienței estetice în cea a categoriilor specifice științei întemeiate de către Alexander Baumgarten.

4. Problema categoriilor estetice — conversiune sau diversiune?

Această conversiune se bazează pe constatarea simplă că *trăirile* interesînd estetica sînt posibile numai în condițiile contemplării anumitor *forme*.

* Rudolf Arnheim, *Toward a Psychology of Art*, Los Angeles and Berkeley, University of California Press, 1966, pp. 309—310.

Respectivele forme determină nu numai dimensiunea și intensitatea trăirilor, dar și esența lor, în funcție de gusturile individului, de orizonturile sale culturale etc. Totul pare limpede. În realitate, lucrurile se dovedesc foarte complicate. E necesară, mai întâi, clarificarea termenului de categorie. Trebuie apoi supusă unui examen atent legitimitatea termenului la care ne referim, rămânând de văzut dacă se poate vorbi, cu deplin temei și în ce condiții anume, despre o realitate a categoriilor estetice. Cît e adevărat și cît e fals dintr-o problematică destul de vastă, constituită mai ales în ultimul veac, pe care o aduc în discuție categoriile estetice?

Mai întâi, ceva despre categorii în general. Nu o dată termenul de „categorie” este folosit ca echivalent pentru „problemă” sau „idee”. Categoria de frumos devine, bunăoară, în asemenea cazuri, totuna cu „ideea de frumos” sau cu „problema frumosului”, folosindu-se alternativ, cînd o formulă, cînd cealaltă. De aici, o notă aparte de eclectism, care vine să se adauge altora, proprie multor studii, articole ori intervenții ale unor esteticieni contemporani. Fie și din aceste motive credem că trebuie clarificat mai întâi termenul general de „categorie”. De ce spunem, bunăoară, că sublimul reprezintă o categorie estetică și nu un concept făcînd parte din terminologia specifică științei de care ne ocupăm? Prin ce se deosebește o categorie de un concept? Explicația auzită cel mai frecvent sună, de obicei, cam așa: categoriile nu sînt altceva decît niște noțiuni și anume noțiunile de bază ale fiecărei științe. Firește, orice știință dispune de un număr de noțiuni specifice, istoricește constituite, în limitele cărora își circumscrie obiectul și metodele de studiu. Aceste noțiuni s-ar numi, potrivit opiniilor la care ne referim, în sens filosofic, categorii, iar fiecare disciplină sau știință desprinsă din corpul mare al filosofiei ar funcționa ca un sistem închegat de principii și legi fundamentale, exprimabile prin intermediul categoriilor.

Majoritatea definițiilor curente ale termenului de categorie estetică gravitează în jurul unei atari înțelegeri. Din perspectiva lor, aproape orice noțiune are posibilitatea să devină categorie, totul depinzînd de rolul și importanța ce i se acordă în cadrul cercetărilor întreprinse. În realitate lucrurile stau altfel. Să încercăm a le da de rost.

Problema categoriilor, atît în filosofie, cît și în știință, este relativ veche. Așa cum remarcă însă Nicolai Hartmann (1882—1950): „În ciuda locului pe care îl ocupă în istorie problema categoriilor, studiul ei sistematic se află încă la începuturile sale.”*

Expresia a fost folosită mai întâi de către Aristotel, în tratatul cu același titlu: *Categoriile*. În concepția Stagiritului, categoriile reprezentau predicatul unei propoziții sau una din determinațiile ultime ale existenței, care pot servi drept predicat: *substanța, cantitatea, calitatea, relația, locul, timpul, situația, modul de a fi, acțiunea și pasiunea*. Categoriile ar reprezenta deci aspectele sub care existența poate fi percepută și gîndită. Textele antice nu fac nici o aluzie la principiul după care cele zece categorii ale lui Aristotel ar fi fost concepute**. Singura definiție a categoriilor, dacă o putem numi astfel, este aceea de „expresii care nu sînt în nici un fel compuse”. Comentînd tratatul despre categorii al lui Aristotel, Bertrand Russel (1872—1970), în *A History of Western Philosophy* (1946), mărturisea, cu o ușoară undă de ironie, că datorită dificultăților întîmpinate în înțelegerea textului vechi, precum și în înțelegerea unor texte mai recente, din Kant sau Hegel, el nu a fost în stare niciodată să-și dea seama ce sînt categoriile. Lucian Blaga insistă, de asemenea, asupra dificul-

* Nicolai Hartmann, *Grundzüge einer Metaphysik der Erkenntnis* (1921), trad. franceză: *Les principes d'une métaphysique de la connaissance*, Paris, Ed. Aubier, 1946, pag. 347.

** A se vedea în acest sens *Introducerea* lui Constantin Noica la volumul *Comentarii la categoriile lui Aristotel*, București, Ed. Academiei R.S.R., 1968, ca și esul lui Anton Dumitriu *Philosophia mirabilis*, București, Ed. Enciclopedică română, 1974.

tăților numeroase de care s-au izbit filosofi atunci cînd și-au propus să determine locul exact și importanța categoriilor în procesul cunoașterii. „Filosofii s-au arătat întotdeauna înclinați să confere categoriilor o funcție specială între noțiunile cu care operează inteligența umană. Din nefericire, însă, ei nu au prea putut să cadă de acord nici asupra criteriilor electiv, nici asupra naturii însăși a demnității cu care urmau să fie unse categoriile. Opiniile asupra acestei demnități diferă așa de izbitor de la gînditor la gînditor, încît dacă ar fi să ne închipuim rezultanta, n-am rămîne decît poate cu părerea cam puținică și firavă, că demnitatea categorială consistă chiar în interesul sacral cu care filosofi iau în dezbatere unele concepte“*. Dealtminteri, însăși interpretarea categoriilor a devenit încă din antichitate, după Aristotel, o problemă filosofică incitînd cele mai îndrăznețe minți.

Prima analiză sistematică modernă a problemei categoriilor se datorează lui Immanuel Kant. Filosoful din Königsberg considera că lumea din jur produce în conștiința umană un adevărat haos de senzații. Cu ajutorul reflecției și gîndirii, omul caută să se orienteze și să domine acest haos prin ordonarea experienței sale în anumite tipare categoriale. Sînt deosebite de către Kant, în *Critica rațiunii pure*, douăsprezece categorii, înțelese drept acele forme sau principii ale intelectului reprezentînd condițiile primordiale ale oricărei experiențe, acele expresii desemnînd atît ipostazele în care obiectul se poate prezenta subiectului, cît și aspectele sub care subiectul se poate apropia de obiect, ca și felul în care pot fi formulate rezultatele cunoașterii. Deosebirea dintre concept și categorie ar consta, potrivit concepției kantiene, în aceea că primul termen poate desemna orice aspect al realității fenomenalizate, al conștiinței noastre, pe cînd al doilea indică doar aspectele

* Lucian Blaga *Geneza metaforei și sensul culturii*, în *Trilogia culturii*, București, Ed. Fundațiilor, 1944, pag. 425.

fundamentale. Contribuțiile filosofice ulterioare, inclusiv cea a lui Hegel, nu au putut depăși niciodată cadrul general al interpretării kantiene. Numărul categoriilor a fost mărit sau redus în raport cu schema stabilită de Kant (douăsprezece categorii împărțite în patru grupe de cîte trei fiecare: de calitate, cantitate, relație și modalitate). Geneza lor a fost explicată în lumina noilor date ale științei. Funcția lor a fost diferențiată pe ramuri ale activității teoretice. Au putut fi întreprinse diverse clasificări, deosebindu-se categorii ale existenței și ale cunoașterii: principale și secundare, superioare și inferioare, orizontale și verticale. Dar la ideea că ele exprimă aspectele fundamentale sub care se prezenta tot ceea ce poate constitui obiect de reflecție filosofică, nu s-a mai putut renunța. Emil Durkheim (1858—1917) a încercat, în *Les formes élémentaires de la vie religieuse* (1912), o abordare sociologică a problemei categoriilor specifice diferitelor forme de viață spirituală, care nu este lipsită de interes. După Durkheim, categoriile filosofice, iar pe un plan mai restrîns cele specifice diferitelor domenii de viață spirituală, s-au format și au apărut, pe baza unei îndelungi experiențe sociale, ca „reprezentări colective“ despre o serie de aspecte ale realității, ale experienței noastre, ale atitudinilor noastre. Putem spune — notează Durkheim — că într-o oarecare măsură categoriile preexistă în conștiința individului, care le primește din atmosfera spirituală a mediului în care acesta se afirmă, că ele se obțin de-a gata din fondul experienței umane comune și orice ins trebuie să le accepte pentru a putea trăi în cadrul comunității ce le-a generat și pentru a acționa în concordantă cu modul de comportare permis.

Nicolai Hartmann s-a străduit să fundamenteze o „învățătură“ autonomă despre categorii: analiza categorială. În acest scop, el distinge trei mari domenii: existența, conștiința și cunoașterea, fiecare prezentîndu-se independent, ca o lume de sine stătătoare, ce resimte doar ecoul prezenței celorlalte, determinată, în cele din urmă, de con-

ținutul categoriilor ce-i sint specifice, de relațiile dintre ele, de dinamica dezvoltărilor, de posibilitățile fiecărei categorii de a trece în opusul ei. E necesar, potrivit opiniilor lui Hartmann, pentru a evita eventualele incurcături, să ținem seama de universul la care categoria de frumos se atașează cînd formează obiectul studiului nostru. Nu putem pune, de pildă, pe același plan, fără riscul de a ajunge la concluzii greșite, două categorii, aparținînd unor lumi complet diferite, cum sint cele de *substanță* și *armonic*, *muzică* și *stil*, *adevăr* și *spațiu*.

În contextul gîndirii filosofiei marxiste, V.I. Lenin a fost cel care s-a ocupat mai mult de problema categoriilor în filosofie și știință. Interpretarea leninistă dată problemei categoriilor în *Caiete filozofice* își păstrează mereu o vie actualitate. Lenin considera că problema categoriilor nu poate fi înțeleasă abstract, independent de progresul cunoașterii.

Deși categoriile sint, în ultimă instanță, expresia realității obiective, ele reflectă deopotrivă și subiectivitatea umană. Categoriile, subliniază Lenin, s-au format treptat în procesul cunoașterii ca noțiuni de maximă generalitate, desemnînd sensurile cele mai largi ale realității, ale atitudinii noastre față de realitate și ale cunoașterii. „În fața omului se află rețeaua fenomenelor naturii. Omul instinctelor, sălbaticul, nu se desprinde pe sine din natură. Omul conștient se desprinde pe sine, categoriile sint treptele acestei desprinderi, adică ale cunoașterii lumii, puncte nodale în rețeaua care-l ajută s-o cunoască și s-o cucerească”*. Problema categoriilor se cere pusă, de aceea, obligatoriu în relație cu experiența cîștigată de om pe parcursul propriei sale istorii; în cadrul practicii sociale, lumea înconjurătoare, a trebuit să apară de miliarde de ori în mereu aceleași situații, posedînd aceleași calități, pentru a se ajunge treptat la conștiința anumitor similarități înțelese

ca aspecte fundamentale, ca ipostaze ale existenței. Astfel, interpretarea lui Lenin, sintetizează, în sens superior, cele mai importante idei care au fost exprimate în gîndirea filozofică modernă despre categorii.

Nu ne-am propus însă un inventar al pozițiilor exprimate de gîndirea filozofică a diferitelor epoci în legătură cu problema categoriilor, ci precizarea termenului, în limitele preocupărilor noastre.

Se cere, mai întii, delimitat termenul de „categorie” de acela de „idee” în sensul la care ne-am referit.

„Idee” a rămas întrucîtva un concept tributar convingerii că la baza tuturor lucrurilor ce pot fi percepute stau anumite tipare ideale, față de care orice prezență materială ne apare doar ca o vagă aluzie. Această concepție, devenită celebră prin doctrina lui Platon, pare a fi contribuit cel mai mult la confuzia dintre „categorie” și „idee”. „Așa se explică — după opinia lui Raymond Bayer (1898—1959) — de ce un oarecare platonism a dominat întreaga metodă metafizică; chiar la Schopenhauer sau Vischer, discipolul cel mai pătrunzător al lui Hegel. Desigur, în fiecare doctrină înfluențată de teoria ideilor se va manifesta în chip deosebit: Schiller va identifica frumosul cu ideea de libertate, Schelling va vedea în acesta sinteza armonioasă dintre eu și non-eu, dintre natură și gîndire; Hegel: nașterea, sensibilă încă, a spiritului absolut; Schopenhauer: voința eliberatoare, prezentată de-a lungul diverselor grade ale artelor. Metoda, însă, este aceeași”.*

Următoarea delimitare care se cere operată vizează termenii de „categorie” și „problemă”. Problema tragicului e substituită, citeodată, în chip paradoxal, categoriei de tragic, iar unele articole dezbătînd „problema frumosului” tratează de fapt categoria de frumos. Totuși, expresiile au un conținut mai diferit. Pe cînd „categoria” desemnează, conform interpretărilor sale clasice,

* V. I. Lenin *Caiete filozofice*, București, E.S.P.L.A., 1956, pag. 65.

* Raymond Bayer, *Essais sur la méthode en esthétique*, Paris, Flammarion, 1953, pag. 111.

una dintre ipostazele realității sau ale cunoașterii, „problema“ indică mai degrabă preocupările legate de înțelegerea și definirea unui fenomen, a unui lucru, a unui aspect al realității, avînd în vedere greutățile întîmpinate la un moment dat, situațiile ivite. Evident, știința esteticii poate fi concepută nu numai prin prisma unui sistem de categorii aparte, dar și prin aceea a unui grup de probleme speciale.

Că expresii „care nu sînt în nici un fel compuse“ — după cum spune Aristotel — categoriile se definesc, de obicei, prin raportarea unora la altele, sau prin raportarea lor la întregul, la totalitatea ce le revendică. S-a insistat, într-o seamă de studii, asupra proprietății categoriilor în general de a funcționa „pereche“, ca opoziții evidente: materie-spirit, esență-fenomen, conținut-formă, adevăr-fals. Studiile mai noi au venit cu precizări importante, care au determinat modificarea parțială a opiniilor anterioare. Bipolaritatea, atît de evidentă într-un prim moment, s-a dovedit relativă. Între contrariile principale, a fost descoperită prezența unor categorii intermediare.

Ne va fi mai ușor să înțelegem acum natura categoriilor estetice. Expresia ca atare a intrat în circulație spre sfîrșitul secolului trecut. Înainte erau folosiți cu precădere termenii de „concept“ sau „idee“: ideea de frumos, grațios, poetic, tragic, iar citeodată și aceea de „specie“. Kant însuși considera sublimul și frumosul drept specii (genul și specia fiind *catégorieme*, iar nu *categorii*, indicau diversele maniere în care categoriile sau predicatele pot fi atribuite lucrurilor). Toți cei trei termeni însă — „concept“, „idee“, „specie“ — au fost multă vreme în circulație cu sensurile pe care le posedă acum termenul „categorie“.

În construcția termenului de „categorie estetică“ trebuie deosebite mai multe componente.

Intervine, în primul rînd, realitatea formelor estetice în infinita lor diversitate, fiecare posedînd un anumit statut existențial și dovedindu-se deci capabile să inspire un „sentiment“ determinat

în condițiile actului de contemplare — în cazul nostru vizuală. Intervine, în al doilea rînd, realitatea celui care contemplă — persoană cu o sensibilitate inconfundabilă, capabilă să trăiască sentimentul pe care-l inspiră forma, în funcție de o mulțime de factori: educație, cultură, stare de spirit etc.

Intervine, în al treilea rînd, problema tipurilor de relații posibile între formă și contemplator. Sintem nevoiți să apelăm din nou la Raymond Bayer. În *L'Esthétique de la grâce* (Paris, 1934) el distinge patru modalități de a ne raporta estetic la formele lumii din jur, fiecareia corespunzîndu-i o categorie principală. Există o modalitate de raportare — arăta el — care ar putea fi numită a *deficienței*. Ei i-ar corespunde categoria de *sublim*, deoarece sublimul indică totdeauna o relativă slăbiciune, o deficiență umană în raport cu forma contemplată. Există o modalitate de raportare presupunînd *depășirea* și *dominarea* formei de către contemplator, corespunzînd *grațiosului*. Următoarea modalitate de raportare — ar fi — după Raymond Bayer — cea *armonioasă* (proprie frumuseții). Sublimul și grațiosul implicînd echilibruri provizorii, și-ar fi lărgit continuu sfera, pe parcursul istoriei. Dar frumosul, reprezentînd un echilibru definitiv, rămîne întotdeauna același. Orice perturbație, orice ruptură în interiorul unuia dintre aceste trei tipuri de echilibru generează *comicul*. Comicul ar fi, în acest caz, un *raport de dezadaptare*.

Prin urmare, problema categoriilor estetice ar viza deopotrivă realitatea formelor, cea a trăirilor, sau, altfel spus, a „sentimentelor“, precum și tipurile de raporturi posibile dintre formă și contemplator. Asistăm, după cum se vede, la convertirea problematicii a trei termeni în problematica unui singur termen. Caracterul discutabil al conversiunii la care ne referim este evident, și nu puțini au fost cei care fie i-au negat importanța, fie au încercat să o corecteze sau să o dezvolte. Dacă Charles Lalo (1877—1953), care

explică amplu și fiind printre cei dintii (*Notions d'esthétique*, 1925) termenul de categorie estetică, distinge, în spirit kantian, doar nouă categorii estetice (frumosul, grandiosul, grațiosul, sublimul, tragicul, dramaticul, spiritualul, comicul, umoristicul). Etienne Souriau (1892—1979), într-un articol publicat opt ani mai târziu*, adăuga acestora și elegiacul, pateticul, fantasticul, pitorescul, poeticul, grotescul, melodramaticul, eroicul, nobilul, liricul. Wilhelm Worringer (1881—1965), în *Abstraktion und Einfühlung* (1908)** a încercat să demonstreze inconsistența teoriilor estetice care văd în frumos categoria estetică centrală a tuturor timpurilor și civilizațiilor (Hegel însuși sugera acest lucru, deosebind trei momente distincte în evoluția artei: simbolic, clasic și romantic). Artă orientală — observă Worringer — nu poate fi discutată din perspectiva frumosului. Fără a fi infirmat complet, în cadrul ei frumosul cade pe un plan secundar, categoria estetică centrală dovedindu-se alta. Aceeași idee, sensibil corectată, o întâlnim, mai târziu, la André Malraux (1901—1976), în *Les voix du silence* (1952). Pentru esteticianul francez, fiecare civilizație s-ar prezenta ca expresie a unei sensibilități particulare, confundabile și ireductibile. În esența lor — crede Malraux — civilizațiile sînt ireductibile. Fiecare însă asimilează, în spiritul categoriilor ce-i sînt proprii, valorile altor civilizații, subordonându-și-le treptat. Noi nu știm în ce limbaj „vorbea” statuia egipteană pentru cel care a sculptat-o, nouă, însă, ea ne „vorbește” în limbajul frumosului.

Dincolo de preferința unei civilizații sau a alteia pentru o anumită categorie estetică, rămîne un dat uman permanent: efortul de a înțelege existența.

Intrată în circuitul preocupărilor curente ale esteticii, problema locului și funcției categoriilor

* *Art et vérité*, în „Revue philosophique”, mars, 1933.

** Wilhelm Worringer *Abstracție și intropatie*, București, Ed. Univers, 1970.

estetice în istoria artei a suscitât ipoteze captivante. Dintre ele, cea referitoare la alternanța categoriilor estetice de-a lungul istoriei, conform profilului spiritual al epocilor ce s-au succedat, a sedus numeroși autori. Să ne amintim de considerațiile lui George Călinescu pe tema categoriilor estetice proprii clasicismului și romantismului din esele *Sensul clasicismului*, publicat mai întîi în „Revista Fundațiilor” (nr. 2, februarie 1946) și inclus sau dezvoltat, apoi, în diverse volume ale autorului, sau de considerațiile lui Eugenio d'Ors (1880—1954) din celebrul său studiu *Lo Barocco*. P.A. Michelis (1903—1969) a manifestat, dintre esteticienii din ultima jumătate de veac, un mai mare interes pentru asemenea probleme. Cunoscuta sa carte *Estetica artei bizantine* reprezintă o interesantă și originală interpretare a rolului, funcției și locului diferitelor categorii estetice de-a lungul istoriei artelor. Michelis e de părere că arta fiecărei epoci constituie expresia unei sensibilități specifice față de o categorie estetică sau alta. „Categoriile estetice sînt mult mai fundamentale decît pretensele « principii fundamentale », care au fost înțelese pe rînd ca derivînd din formă, din conținut, din rasă. Ele pot stabili o corespondență între spiritul unei epoci și sentimentul artistic individual. Ele sînt valori pe care oricine poate întotdeauna să le recunoască și aprecieze; astfel, noi recunoaștem astăzi valoarea artei vechi și ne simțim atrași de cea care a fost dominată de o categorie estetică specifică și artei noastre. În acest fel, categoriile estetice, care sînt categorii de specie în estetica normativă, devin în filosofia istoriei artei categorii de gen”.*

Convingerea lui Michelis este că marile categorii estetice pozitive, în funcție de schimbările survenite pe planul sensibilității oamenilor, cunosc perioade de strălucire și eclipsare. „Cercetarea noastră, de vreme ce nu e vorba să explicăm o mișcare, presupune pe puțin două categorii

* P. A. Michelis, *Esthétique de l'art byzantin*, Paris, Flammarion, 1959, p.14.

echivalente ce pot apărea în prim plan; sint categoriile de frumos și sublim. O analiză detaliată poate demonstra că nici tragicul, nici comicul, nici uritul, n-au dominat vreodată o perioadă a istoriei artei — și nici nu se poate întâmpla așa ceva. Acestea sint categorii secundare, derivînd din altele: tragicul e o formă a sublimului, iar comicul nu e decît negația acestuia, după cum uritul e negația frumosului. Rămîne grațiosul — frumosul în mișcare, cum a fost denumit — care a putut să predominie în unele perioade. Natural sau eterat, după cum se atașează frumosului ori sublimului, grațiosul este intermediarul între cele două. Așa se explică de ce comicul nu e numai negația tragicului și sublimului, ci într-o formă mai rafinată și a grațiosului“. Esteticianul grec subliniază caracterul relativ al poziției diverselor categorii estetice în cadrul propriului lor sistem. De unde posibilitatea fiecăreia dintre ele de a se impune mai mult, în raport cu celelalte, după cum o vor dicta împrejurările istorice, schimbările generale survenite în psihologia oamenilor, reflectate bineînțeles și pe planul artei. „Deci, cînd una predomină, fie într-o perioadă, fie într-o operă, celelalte nu sint eclipsate total, ci doar i se suprapun; ele pot să însoțească și să rămînă prezente în operă. Astfel, caracterul sublim al artei creștine nu exclude, în operele acesteia, interferența altor categorii.“*

Astfel înțelese, categoriile estetice — spre deosebire de categoriile filosofice sau cele specifice altor științe umane — ar poseda un pronunțat conținut afectiv, adică un conținut ce se referă întotdeauna la ceva determinabil numai cu ajutorul unei judecăți de preferință — a unei judecăți de gust ori de valoare.

„Categorია estetică se constată, mai întîi, ca o reacție, sentimentală sau emoțională, a contemplatorului în fața operei de artă“ — nota autoarea unui studiu despre problema categoriilor estetice,

* P. A. Michelis, *Op. cit.*, pp. 17 — 18.

publicat acum aproape douăzeci de ani*. Mikel Dufrenne, în *Phénoménologie de l'expérience esthétique*, insistă, și el, asupra caracterului afectiv al categoriilor estetice.

O altă particularitate a categoriilor estetice, decurgînd, de fapt, din prima, se consideră că ar constitui-o *concrețetea* lor, capacitatea lor de a se produce ca atare numai în confinele unor situații concrete; tragicul nu apare ca tragic decît într-o situație dată, frumosul ori comicul de asemenea.

Mai putem observa cum, spre deosebire de categoriile artei, literaturii ori muzicii, categoriile estetice conțin un plus de generalitate; ele își revendică valabilitatea pentru toate „cazurile“, cu amendamentele impuse de specificul civilizațiilor, iar uneori al culturilor și epocilor istorice.

Prin faptul că denumirea multor categorii estetice a fost stabilită prin derivație de la unele genuri sau specii ale artei — poeticul de la poezie, comicul de la comedie, tragicul de la tragedie — la nivelul gîndirii obișnuite stăruie impresia că fiecare din aceste arte ar acoperi, și, mai mult, ar epuiza categoriile respective. Același estetician francez, Mikel Dufrenne, prevenea, în *Le poétique*, asupra consecințelor negative ce le implică o asemenea confuzie: „... categoriile estetice nu se distribuie exact după clasificarea artelor, tragedia poate fi tragi-comică, iar grațiosul ori grotescul pot fi invocate de nu importă ce artă. Pe de altă parte, aceste categorii nu pot face obiectul unei estetici pure, la fel de riguroase ca metafizica sau fizica pură. Fiînd prezente numai în judecățile de sentiment, de plăcere, de afect, ele nu pot fi conceptualizate decît aproximativ; fiînd manifeste în opere a căror creație e imprevizibilă, ele nu pot fi definitiv recenzate. Noi nu putem deci propune decît o definiție tatonantă și precară...“**. O remarcă asemănătoare conține și cartea

* Anne Souriau: *La notion de catégorie esthétique*, în „Revue d'esthétique“ nr. 3—4, 1966.

** Mikel Dufrenne, *Poeticul*, București, Ed. Univers, 1971

lui B.C. Heyl *New Bearings in Aesthetics and Art Criticism; a Study in Semantics and Evaluation* (1943)*. Heyl atrage atenția asupra sensului simbolic și constatativ al categoriilor estetice, ele referind mai puțin despre lucruri și mai mult despre concepțiile ce noi le avem despre acestea. De aceea, a defini una sau alta dintre categoriile estetice constituie mai mult un act nominal și „volitional”. Întrucât definiția categoriilor estetice urmărește întotdeauna un scop practic, metodologic, problema nu se pune, după Heyl, dacă o definiție e adevărată ori falsă, ci, mult mai simplu, dacă e rațională sau absurdă, utilă sau inutilă.

Posibilitatea trecerii categoriilor estetice una în cealaltă se cere, de asemenea, reținută. Orice categorie estetică se poate transforma în contrariul ei, dacă sînt create condițiile necesare acestei treceri. Tendința este, de altminteri, proprie tuturor categoriilor, indiferent de specificul lor. După ce principii are loc o atare trecere? Evident, un răspuns care să nu permită replică nu e cu putință. Marx observa că un fenomen care se manifestă prima dată tragic a doua oară devine comic. Pare a intra în discuție, prin urmare, criteriul unicității: frumosul, tragicul, sublimul, comicul, apar sub aceeași „înfățișare” o singură dată, orice repetare, orice „depășire a măsurii”, orice schimbare de raporturi impunînd o nouă situație, capabilă să genereze trăiri complet diferite, de cele „scontate”.

Trebuie avută în vedere și posibilitatea apariției saue, mai degrabă, impunerii — pentru a nu spune „descoperirii” — unor categorii estetice noi. E cazul „interesantului”, „grotescului”, „absurdului”, în sensul cărora a insistat și insistă îndeosebi avangardismul artistic din secolul XX. Acestea se dovedesc fie categorii „neutre”, ca interesantul, bunăoară, fie categorii „negative”

ca uritul, absurdul, oribilul. Se operează, de aceea, astăzi, frecvent, alături de distincția dintre *categoriile estetice tradiționale* (frumosul, sublimul, grațiosul, tragicul, cu numeroasele lor variante) și cele *moderne* (interesantul, absurdul etc) și aceea dintre *categoriile estetice pozitive* și *cele negative*, numite câteodată și *antitetice*, distincții pe care ni le însușim.

5. Cum să ne mai înțelegem?

Cînd e vorba de posibilitatea apariției sau recunoașterii unor noi categorii estetice, problema înțelegerii legitimității lor prezintă o deosebită importanță.

Ignorînd deosebirea dintre concept și categorie, unii autori contemporani merg pînă la „acceptarea” nu numai a clasicismului, romantismului, realismului, barocului în calitate de categorii estetice, dar și a picturii, sculpturii, muzicii, poeziei sau a diferitelor noțiuni ca „proces de creație”, „image artistică”, „tipizare”. Așa procedează, de exemplu, Iuri B. Borev*. El introduce printre categoriile estetice termenii principali de lucru ai diferitelor științe studiînd nu doar una sau alta dintre marile componente ale esteticului, ci și subdiviziunile acestora, cum ar fi pentru artă pictura, sculptura, poezia, dansul, muzica, cinematografia. Devine imposibil, în atari condiții, să mai poți deosebi categoriile estetice de noțiunile specifice științei întemeiate de către Baumgarten. Chiar dacă nu atît de șocant, dar asemănător procedează și Evanghelos Moutsopoulos (n. 1930) în lucrarea *Categoriile estetice***. Printre categoriile estetice — de ordinul multor zeci — recunoscute de către esteticianul grec figurează următoarele, bunăoară: ionic, manierism, justificat

* Iuri B. Borev *Sistemul categoriilor estetice*, București, Ed. Științifică, 1963.

** Evanghelos Moutsopoulos *Categoriile estetice*, București, Ed. Univers, 1976.

* Trad. italiană, B. C. Heyl *Nuovi orientamenti di estetica e di critica. Studi di semantica e di valutazione*, Milano, Longanesi editore, 1948.

momentan, micime, naturalism, tipic, sincer, ușor, vechi. La ora actuală în domeniul studiilor de specialitate asistăm la extinderea aproape nelimitată a sferei termenului de categorie estetică.

Deoarece nimănui nu i se poate interzice să considere o noțiune preferată drept categorie, toate noțiunile referitoare la domeniul judecăților de valoare, la cel al artei, al procesului de creație, al științei despre artă pot deveni, și devin astfel, oricând, categorii.

O anumită ordine se impune, totuși, stabilită. Am văzut cum s-au constituit istoricește conținutul și sfera termenului de categorie, ce sensuri și ce limite pot avea acestea. Am văzut cum au apărut categoriile estetice și ce delimitări impune situația lor specifică. Din discuția de pînă acum a rezultat clar, credem, că accepțiunea dată termenului de categorie estetică este relativă. O analiză atentă a termenului de categorie estetică ne va dovedi, de asemenea, faptul că el este condiționat de convingerile filosofice ale celui care-l întrebuințează, ca și de modul cum cineva înțelege estetica. Estetica poate fi înțeleasă drept știință a simțirii, a percepției lumii obiective de către om, la nivelul prezențelor distincte de care se poate lua act, adică a formelor. Atunci vom accepta categoriile estetice în sens de ipostaze, de aspecte sub care realitatea obiectivă se poate prezenta, în mod concret, sensibilității noastre: frumoasă, tragică, grațioasă, comică, patetică, urită.

Estetica poate fi înțeleasă drept știință generală a frumosului și filosofie a artei. În acest caz, pe lângă categoriile estetice tradiționale, vom mai recunoaște și altele: realism, romantism, clasicism, baroc, liric, epic, dramatic, stil, curent, mișcare artistică. Dar, în absența unei platforme filosofice solide, estetica mai poate fi înțeleasă și ca un amestec din toate acestea și încă multe modalități de a o practica și atunci ne vom afla în fața unui noian incontrollabil de accepțiuni acordate termenului de categorie estetică.

Toate argumentele par a pleda, la ora actuală, în favoarea unei metodologii mai riguroase,

capabile să limiteze confuziile, dacă nu să le facă imposibile.

Prevăzînd, probabil, o posibilă evoluție a esteticii în direcția la care ne-am referit, Tudor Vianu ocolește, oarecum, în tratatul său de estetică, problema categoriilor. Doar la sfîrșit îi rezervă un capitol restrîns unde se spune că așa-zisele categorii estetice nu formează de fapt o problemă reală a esteticii, cît mai degrabă una a metafizicii... „... așa-numitele categorii sînt noțiuni obținute dintr-o sistematizare a aspectelor vieții sau ale naturii sub alt unghi decît cel propriu-zis estetic.“* Și mai radical procedează Benedetto Croce (1866—1952). Filosoful italian neagă existența obiectivă a categoriilor estetice și consideră arta ca expresie a unui tot liric, a unui fluid spiritual imposibil de conceput pe aspecte, pe ipostaze, pe momente. „În esteticile vechi și în cele din zilele noastre, care le continuă modelul, se rezervă un spațiu mare așa-ziselor categorii ale frumosului: *sublimul*, *tragicul*, *grațiosul*, *umoristicul* și așa mai departe, pe care filosofii, îndeosebi cei germani, nu numai că s-au obișnuit să le trateze ca pe niște concepte filosofice (cînd de fapt ele sînt simple concepte psihologice sau empirice), dar le-au și dezvoltat, cu o dialectică proprie doar conceptelor pure sau speculative, adică categoriilor filosofice, amuzîndu-se în a le dispune într-o înșiruire progresivă imaginară, care cînd culminează în conceptul de Frumos, cînd în cel de Tragic, cînd în cel de Umoristic. Dacă înțelegem aceste concepte drept ceea ce am spus mai sus că sînt, trebuie să notăm corespondența lor specială cu conceptele genurilor literare și artistice, de la care s-au extins, de fapt, și la filosofie“**. Cu un paragraf mai sus, Croce lua în deridere însă utilitatea genurilor literare, notînd că ea ar consta

* Tudor Vianu *Estetica*, ed. a II-a, București, Ed. Fundațiilor, 1939, pag. 477.

** Benedetto Croce *Breviar de estetică. Estetica în nuce*, București, Ed. Științifică, 1971, pag. 212.

în aceea că este mai comod să răsfoiești un volum numai de versuri, decât unul de versuri, proză și teatru la un loc.

De bună seamă, problema categoriilor rămîne o problemă reală, a cărei importanță nu poate fi negată cu argumente științifice serioase. Dimpotrivă, actuala expansiune a esteticului impune necesitatea abordării ei sistematice și multilaterale, din perspectiva gândirii filosofice moderne. Distincția dintre „categorii” și „concept”, ca și dintre „categorii” și „idee” sau „problemă estetică” se dovedește impusă nu de necesități metodologice — cum credea Croce — ci de legitățile interne ale esteticii însăși; nu poate fi desemnat prin niște simple concepte ceea ce constituie frumosul, tragicul sau comicul.

Trebuie avut în vedere totodată și pericolul dogmatic permanent pe care îl implică orice interpretare absolutizantă. Conținutul termenului de categorie se află în permanentă devenire. Doar coordonatele generale cunosc o anumită stabilitate, și aceea relativă, pînă la urmă. Conținutul fiecărei categorii depinde, în manifestarea sa concretă, pe de o parte, de condiția formei contemplate, pe de altă, de aceea a contemplatorului. Nu poate fi vorba niciodată de aplicarea unor criterii absolute ale tragicului sau ale sublimului în formularea judecății estetice pentru că, de fiecare dată, acestea presupun o intervenție deosebită, solicită o luare de cunoștință de tip nou, un act creator. Kant avea dreptate cînd spunea că frumos e ceea ce place fără concept și fără nici un fel de interes, înțelegînd prin aceasta caracterul creator, de permanentă „intervenție” pe care îl presupune judecata estetică. Întrucît însă categoriile estetice funcționează și ca „reprezentări colective”, ca totalitate de experiențe în legătură cu un tip determinat de forme, de fapte, de întâmplări, ele poartă în sine posibilitatea de a fi utilizate nu numai inedit de fiecare dată, dar și după unele principii statornicite pe baza experiențelor anterioare.

Se folosește uneori expresia: *sistemul categoriilor estetice*. Asupra conceptului de *sistem* am mai avut ocazia să stăruim. În greacă, *sustema*, derivat de la *sunestanai* înseamnă „a așeza la oaltă, a reuni părțile într-un tot.” Dictionarele filosofice definesc sistemul ca „ansamblu de propoziții științifice sau filosofice constituind un tot organic, considerat în coerența sa intrinsecă mai degrabă decît în corespondențele sale cu lumea obiectivă, realitatea”.*

Există un sens al conceptului de sistem care ne interesează doar tangențial aici, cel din perspectiva căruia se cer înțelese sistemele filosofice, pedagogice, etice etc. Prin comparație cu *teoriile*, sistemele privesc o arie mai largă de probleme; am putea spune că sînt ansambluri, articulate coerent, de teorii. Prin comparație cu *doctrinile*, sistemele implică, pe de o parte, mai multă unitate iar pe de altă parte, nu comportă un caracter militant atît de pronunțat. Orice sistem presupune o foarte mare unitate în diversitate. Se vorbește cîteodată despre sisteme închise, cînd diversitatea este strict legată de principiile numeroase care stau la baza unității, și de sisteme deschise cînd numărul de principii ce condiționează unitatea întregului ansamblu este mai redus.

Există însă și un sens al conceptului la care ne referim, din perspectiva căruia orice totalitate de structuri, cazuri, situații poate fi abordată ca sistem. Acest sens ne interesează cel mai mult. Conceptul de sistem, înțeles astfel, presupune însă o abordare fixistă, făcînd abstracție de ceea ce numim devenirea unei realități determinate.

Putem concepe domeniul general al esteticului ca prezentîndu-se înțelegerii noastre sub o multitudine de aspecte, condiționate, deopotrivă, atît de realitatea formelor, cit și de cea a trăirilor, aflate în interdependență, aidoma elementelor alcătuiind orice sistem. Trebuie să fim conștienți însă că e vorba despre o construcție pur mentală, a cărei importanță nu trebuie exa-

* Paul Foulquié *Dictionnaire de la langue philosophique*, Paris, Presses Universitaires de France, 1962.

gerată într-atît încît să nu ne mai intereseze ceea ce se întîmplă pe planul realității concrete. Ion Ianoși are de aceea dreptate, atunci cînd afirmă: „În secolul nostru, știința categoriilor estetice nu poate fi identică cercetărilor anterioare, nu numai datorită propriei sale maturizări, ci și din cauza modificărilor survenite în chiar obiectul ei. Rezultatul ar fi un sistem mobil, dinamic, deschis al categoriilor estetice, mai multe sisteme de acest fel, modele posibile ale hățișului de raporturi reale, complex și mișcător, sistematizări cît mai operante cu puțință și față de operele artistice reprezentative ale contemporanității“*.

6. Referitor la categoriile estetice oarecum specifice vizualității

Constituită ca preocupare nouă în contextul studiilor de specialitate, problema categoriilor estetice a cunoscut un destin care ar putea fi prezentat astfel:

În unele cazuri, componenta subiectivă, cea privind trăirile încercate în condițiile contemplării formelor, a fost uitată, părăsită, abandonată, accentul căzînd pe componenta obiectivă, cea care poate fi demonstrată.

În alte cazuri, s-a instalat cu precădere asupra componentei subiective, ignorîndu-se formele, ignorîndu-se componenta obiectivă.

Mai intervine și un al treilea grup de cazuri — cele ilustrate prin comentariile abstracte, de factură metafizică în legătură cu frumosul, sublimul, grațiosul, tragicul, comicul, care nu mai au în vedere nici formele, nici sentimentele, ci esențele.

Astfel convertită, problema trăirilor încercate în condițiile contemplării formelor se dizolvă într-o impresionantă cantitate de speculații, cite-

odată captivante, dar care sînt departe de ceea ce se întîmplă în realitate.

Cînd slăbiciunea studiilor de tipul celor la care ne referim a devenit evidentă, s-a încercat o nouă convertire — problema trăirilor încercate în condițiile contemplării diferitelor forme, a fost tradusă în aceea a „valorilor estetice“. Prezențele contemplate ar avea pentru noi o valoare diversă, în funcție de gradul în care reușesc să ne implice afectiv. Atunci sentimentul de frumos ajunge să fie convertit în „valoarea de frumos“, sentimentul de grațios în „valoarea de grațios“ ș.a.m.d. Construcții extrem de interesante au fost înălțate pe atari baze. Ele însă rămin, aproape întotdeauna, pură speculație.

Nu putem ignora nici un grup de cazuri specific gîndirii secolului XX, cel referitor la pozițiile care neagă importanța înțelegerii problemei trăirilor și complexelor de trăiri încercate în fața formelor, atunci cînd se pune problema recunoașterii diferitelor categorii estetice. Iraționalismul contemporan de diverse nuanțe a afirmat, adesea cu agresivitate, convingerea că trăirile încercate în condițiile contemplării formelor estetice nu pot fi explicate, demonstrate, înțelese — pentru că ele țin fie de resorturile intuiției, fie de resorturile inconștientului.

Intrucît obiectul considerațiilor noastre pe această temă este altul decît analiza acestor poziții, nu are rost să insistăm acum, cîntărind atent cine și cît are dreptate, unde, cum și ce anume a fost omis. Dacă estetica a moștenit ceva de la filosofie, atunci acest ceva trebuie identificat cu preocuparea de a pune în primul rînd probleme a căror rezolvare să nu depîndă de un singur om, ci de toți cei care iau act de ele. După cum observa o dată Bertrand Russel, în filosofie importantă este apariția unei probleme, iar nu rezolvarea ei, care niciodată nu poate fi cea a unui singur individ.

Reținem, deci, faptul că întotdeauna formele estetice se definesc drept cele capabile să

* Ion Ianoși, *Leții de estetică* (Curs multiplicat), Universitatea București. 1974.

inspire sau să provoace chiar anumite trăiri sau complexe de trăiri, în condițiile simplei lor contemplări. Că traducem această relație dintre formă și trăire prin termenul de categorie estetică sau prin cel de valoare estetică, cel puțin în cadrul capitolului de față, nu prezintă interes. În contextul altor studii n-ar trebui, totuși, ocolite aceste resorturi ale esteticului. Ce ne interesează acum este reținerea diferitelor situații în care sentimentele pe care formele contemplate le provoacă se impun distinct, astfel încît noi trebuie să fim conștienți de deosebirea dintre frumos și grațios, dintre frumos și sublim, fără a mai vorbi de cea dintre frumos și urît.

Să urmărim, aşadar, principalele tipuri de trăiri încercate în condițiile contemplării formelor pe care le percepem prin excelență vizual. Le putem reține sub denumirea de categorii estetice, le putem reține — poate mai anevoie — sub denumirea de valori estetice (pozitive sau negative), dar faptul că „sentimentele“ încercate sînt condiționate de statutul formelor și de relațiile dintre contemplator și formă nu trebuie, sub nici un pretext, ignorat.

Pentru a nu pierde firul ideilor, sîntem nevoiți să repetăm unele afirmații formulate anterior. Grupul de fenomene de care ne ocupăm se caracterizează, în primul rînd, prin aceea că privește formele pe care noi le abordăm întotdeauna ca prezențe generatoare de spectacol. Ce înseamnă aceasta? Înseamnă, înainte de toate, că formele estetice, spre deosebire de formele neestetice, apar, în funcție de dispozițiile noastre, ca ieșite din comun, ca prezențe ce nu pot fi întîlnite oriînd și oriunde. Există o notă de originalitate inerentă formei pe care o contemplăm în condițiile oricărui proces de apreciere estetică. Calitatea acesteia de a genera spectacol trebuie înțeleasă pornind de aici. Prin raport cu formele care la un moment dat — sau întotdeauna — ne apar ca frumoase sau urîte, formele neestetice devin cele pe care nu le luăm în seamă niciodată. Ele pot privi lucruri care să ne fie folositoare,

utile, foarte necesare, dar nu atrag atenția prin înfățișarea lor, nu sînt capabile să facă aluzie la ceva mai mult decît propria lor realitate. De obicei, formele estetice se detașează de celelalte, prin calități care vizează conturul, proporțiile, raporturile cromatice și tonurile armonioase, integritatea lor. Ele sugerează astfel o anumită ordine ce merită instaurată în lume pentru ca omul să se simtă mai bine, pentru ca lumea să se dovedească pe măsura aspirațiilor, năzuințelor și idealurilor sale. În anumite cazuri însă, formele estetice pot atrage atenția tocmai prin notele lor ostentativ asemănătoare celor comune, banale, inestetice. Granița dintre estetic și non-estetic nu poate fi aproape niciodată delimitată cu precizie, de unde caracterul imprecis, citeodată chiar ambiguu, al unora dintre trăirile ce pot fi încercate. În aceste zone terenul este înșelător și numai cu mare greutate îți poți da seama de adevărata lui configurație. Efortul nostru, aşadar, de a delimita domeniul esteticului nu poate să evite, prin forța împrejurărilor, un anumit coeficient de arbitrar, care oriînd, în funcție și de experiențele necunoscute nouă, va permite modificarea parțială a concluziilor cu valoare de adevăr pe care le reținem acum.

Ne propunem a zăbovi, deocamdată, asupra unor categorii estetice cu sens pozitiv, aparent mai simple, ce pot fi întîlnite fie independent, fie în calitate de elemente implicate în construcția unor „sentimente“ mai complexe.

7. Primele „piese detașate“: Poeticul, Pateticul, Interesantul, Agreabilul

Reținem, deci — pentru a fi mai bine înțelese diferitele resorturi ale investigației noastre ulterioare — printr-o determinare mai degrabă tato-
nată, unele dintre categoriile estetice pozitive sau preponderent pozitive care se legitimează

atît în lumina experienței artelor vizuale, cît și în lumina experienței de pînă acum a domeniilor extra-artistice, studiate în lucrarea de față. În anumite cazuri însă, ele se asociază — la nivelul aceluiași complex de trăiri — altor categorii. Așadar, nu întotdeauna le întîlnim în stare „pură“. Frumosul conține, aproape fără excepție, anumite elemente de poetic, patetic, interesant, agreabil. Grațiosul și sublimul de asemenea. În contextul mișcărilor artistice moderne s-a insistat însă pe valorile singulare ale unora dintre categoriile estetice, pe care le vom prezenta mai departe: poeticul, pateticul, interesantul.

Poeticul. Specific formelor estetice este după cum s-a mai arătat, capacitatea lor de a face aluzie la altceva decît propria lor realitate fizică, aproape ignorabilă și anume la un posibil aspect — pozitiv ori negativ — al condiției umane. Forma poate fi abordată astfel, întotdeauna, ca metaforă, adică aluzie vagă, aptă de a fi sesizată și reținută în lumina sensibilității, experienței de viață și experienței de cultură a fiecăruia — evocînd o posibilă ipostază a umanului.

Trăirile specifice categoriei estetice de poetic se definesc din perspectiva evidentelor posibilități de aluzie ale formei la complexa și subtila realitate a condiției noastre*. Materialul perceptibil se prezintă astfel structurat încît, prin întreaga sa configurație, devine o adevărată metaforă a unui sau altuia dintre marile sensuri ale existenței umane. „Dacă vrem să determinăm poeticul ca o categorie estetică, atunci trebuie să invocăm umanitatea apariției; poeticul rezidă totodată în generozitatea și bunăvoința sensibilului“ — notează Mikel Dufrenne în finalul cărții deja amintite, *Poeticul*.⁷ Astfel, poeticul constituie o categorie primară, impunîndu-se atît autonom cît și

prin asociere cu pateticul, interesantul, agreabilul, frumosul, grațiosul, sublimul.

Pateticul. Prin raportare la ceea ce se prezintă drept non-estetic, formele estetice posedă, așadar, capacitatea de a se impune ca aluzii la o posibilă ipostază a umanului. Această „capacitate“ diferă însă de la caz la caz. Uneori ea poate apare discret, alteori ostentativ. E de la sine înteles că trăirile pe care le vom încerca vor fi condiționate de starea metaforică a fiecărei forme. Pateticul ar desemna, din acest punct de vedere, trăirile încercate în condițiile contemplării formelor care se detașează ostentativ, de ceea ce există în jurul lor. Înteles doar sub aspectul proprietăților formei, pateticul presupune întotdeauna „afișarea“ ostentativă a expresivității. În lumea formelor, el cunoaște, bineînteles, grade diferite de înfățișare. De la formele care își semnaleză mai reținut prezența printre altele — indiferent dacă e vorba de forme grațioase sau frumoase — și pînă la formele care își semnaleză prezența în mod cit se poate de ostentativ, distanța este foarte mare. În raport cu celelalte categorii estetice de care urmează să ne ocupăm, pateticul, ca și poeticul, reprezintă o categorie ce poate fi reținută la toate dimensiunile esteticului. Agreabilul poate avea în componența sa și elemente de patetic; frumosul e întotdeauna patetic, desigur în limite foarte diverse; sublimul este prin excelență patetic; tragicul conține, în toate manifestările sale, o evidentă notă de patetic; comicul presupune, de asemenea, situații patetice. Tocmai în virtutea acestui fapt noi le putem reține și le putem sancționa — prin zîmbet, suris sau ris. Categoriile estetice negative: monstruosul, oribilul, groaznicul, obscenul, josnicul, grosolanul, absurdul, uritul conțin și ele o anumită doză de patetic. Atît formele din natură, cît și formele creației a omului integrîndu-se unor domenii diferite, cum sînt cele ale artei, ale design-ului, ale vestimentației, posedă întotdeauna o incontestabilă notă de patetic. În artă, cîteodată efectul artistic se

* A se vedea în acest sens și S. N. Limențeva, *Poeticheskoe v iskusstve*, Moskva, izd. Iskusstvo, 1966.

obține tocmai prin supralicitarea elementelor de patetic, într-un sens sau altul.

Interesantul. Una dintre categoriile estetice ale cărei valențe le întâlnim deseori exploatate în contextul manifestărilor artistice moderne este aceea de „interesant”. Ea privește complexele de trăiri încercate în condițiile acelor forme cărora nu le pot fi recunoscute alte calități vizuale în afara faptului că rețin atenția și incită la a le descoperi un sens — pozitiv sau negativ. Ca element asociat însă, interesantul poate fi întâlnit și în construcția altor categorii estetice. Nu există forme estetice care să nu posede și note de interesant. Dar ele devin secundare în raport cu notele care permit aprecierea de frumos, grațios, sublim etc. Spectacolul oferit de către forma ce nu poate fi apreciată altcum decât ca interesantă, deși reține atenția, suscită interesul nostru, se dovedește practic indefinibil: forma contemplată se impune, incontestabil, ca expresivă, dar e imposibil de spus ce anume exprimă.

Agreabilul se impune ca termen desemnând trăiri sau complexe de trăiri ce ies citeodată din limitele esteticului. Se vorbește astfel, părăsindu-se teritoriul esteticului, despre produse alimentare ce prezintă un miros agreabil, sau despre băuturi cu gust agreabil.

După cum vedem, cel mai adesea, agreabilul se prezintă ca sinonim pentru *plăcut*. În limba noastră, cele două cuvinte posedă, totuși, o încărcătură semantică diferită. În alte limbi însă, echivalentele românescului „plăcut” desemnează atât situațiile care țin de domeniul plăcutului de tip spiritual, cât și situațiile care țin de domeniul plăcutului de tip organic. Pentru a evita confuziile, Kant, în *Critica facultății de judecare* procedează, pentru prima dată, la aproximarea principalelor note ale sentimentului de plăcut, așa cum noi îl desemnăm prin cuvântul „agreabil”. Prin opoziție cu vechile opinii, potrivit cărora agreabilul ar fi cvasi-sinonim cu frumosul, Kant consideră că el trebuie tratat separat. După Kant, frumos

este ceea ce place dincolo de orice interes și în absența oricăror norme. Agreabilul privește ceea ce place în general, la nivelul senzației, deci nu numai ceea ce place dincolo de orice interes.

Plăcerea procurată de ceva agreabil se prezintă, fără excepție, ca o plăcere excluzând opozițiile violente și tot ceea ce ar putea să șocheze.

Plăcerea procurată de o formă agreabilă se prezintă, de asemenea, ca o plăcere situată la nivelul tendințelor spontane ale spiritului, fără a alina astfel zonele de mai mare profunzime. De aceea, poate, la nivelul vorbirii curente termenul posedă, citeodată, și semnificații ușor depreciative.

În lumina întrebunțărilor sale actuale, pot fi reținute trei semnificații ale termenului de agreabil: a) ceea ce place spontan, la nivelul tuturor simțurilor (miros agreabil, gust agreabil, culori agreabile); b) ceea ce încântă privirea sau auzul atunci când este contemplat, indiferent de valoarea sa de întrebunțare; c) ceea ce nu deranjează, la nivelul senzației, atunci când este perceput. În toate cazurile, experiența realizată prin contactul nemijlocit cu un obiect ale cărui semnificații se rezumă numai la atât, indică o experiență estetică minoră.

Până unde se întinde sfera agreabilului? E o întrebare la care nu se poate da un răspuns precis. S-a sugerat ideea că agreabilul ar privi exclusiv fenomenele estetice pozitive, cele care comportă aprecierea noastră în lumina reacției de acceptare, de admitere și de recunoaștere ca prezență generatoare de spectacol încântător. Unele forme s-ar menține numai la nivelul complexului de senzații pe care ni-l produc, în virtutea faptului că nu deranjează simțurile noastre, că ne convin ca atare, atunci când ajungem să le privim sau să le ascultăm. Altele, situându-se mai presus de atari proprietăți, vor putea chiar să ne încante, vor putea să trezească admirație. În aceste condiții, devine de la sine înțeles că frumosul nu poate fi decât agreabil; grațiosul la fel. Mai discutabil e cazul sublimului. Tragicul și comicul ne pun însă

în încurcătură. Nu pot fi concepute situații dramatice agreabile și nici situații tragice, în sensul propriu al cuvântului, agreabile. Poate unele lucruri, despre care spunem că sînt nostime sau amuzante, să comporte sentimentul de agreabil. Însă în cazurile de ris sarcastic nu mai este vorba despre nici un fel de forme agreabile.

Deși a preocupat de multă vreme gîndirea estetică europeană, categoria de agreabil a rămas pînă în prezent, totuși, insuficient elaborată.

8. Frumosul

S-ar părea că dintre toate categoriile estetice frumosul se pretează cel mai puțin ambiției de a-l prezenta „condensat” și sistematic. O definiție a frumosului, valabilă pentru toate cazurile, se dovedește practic imposibilă. Poate tocmai datorită acestui fapt, frumosul a incitat, încă din timpuri foarte îndepărtate, gîndirea umană. Ce mister ascunde oare frumusețea? „Anticii” au încercat să-l explice doar pe linia elementelor de ordin obiectiv din construcția fenomenelor estetice, identificîndu-l cu tipul de formă complexă, armonioasă, echilibrată, vizînd întotdeauna perfecțiunea. Gînditorii din secolele XVII și XVIII vor insista cu precădere asupra aspectului subiectiv. Gustul celui aflat în fața unei forme, starea de spirit în care acesta se găsește pentru moment ar condiționa astfel aprecierea de frumos pe care o comportă din partea sa forma respectivă. Timpurile și mai noi au impus înțelegerea frumosului ca relație între forma contemplată și cel care o contemplă. Frumosul ar presupune deci, din perspectiva unei atari înțelegeri, o modalitate de „regăsire”, calmă și echilibrată, a omului, în forma contemplată.

Avînd în vedere faptul că obiectul studiului de față îl constituie domeniile estetice extra-artistice, ce se impun cu precădere din perspectiva sentimentului de frumos, considerăm instructiv un scurt pelerinaj la principalele surse filosofice

și estetice europene. Desigur, o prezentare istorică mai amplă a problemei frumosului nu ar trebui să omită nici sursele situate pe alte continente. Aici ne vom opri însă numai asupra celor care par a se afla în legătură nemijlocită cu domeniile estetice extra-artistice. Primele referiri vizează antichitatea greacă presocratică — o perioadă în genere mai puțin aprofundată, din istoria gîndirii filosofice și estetice. Sînt puse pe seama lui Pitagora (580—500 î.e.n.), de la care nu ne-a rămas nimic scris, și a pitagoreicilor unele concepte adeseori ignorate de către istoricii contemporani ai esteticii. Primul dintre acestea este conceptul de *cosmos*. Cosmos însemna la vechii greci, „lume”, avînd însă un înțeles diferit de cel pe care i-l acordăm noi astăzi. Cosmos însemna, de fapt, lumea oamenilor — Pămîntul — raportată la lumea astrelor. În concepția pitagoreică — ne mărturisesc textele antice ulterioare — Pămîntul și astrele ce îl înconjoară alcătuiesc un singur tot: cosmosul. Cosmosul era interpretat, deci, ca totalitate, dincolo de el nemaiputînd fi conceput nimic. Pentru Pitagora o asemenea totalitate constituia un ansamblu de elemente care își corespundeau reciproc, aflate în anumite raporturi matematice unele față de altele. Din acest punct de vedere, principiul fundamental al cosmosului se dovedea a fi *ordinea*. Lumea astrelor ce înconjoară Pămîntul era înțeleasă ca lume a ordinei desăvîrșite, aidoma sunetelor ce formează o melodie plăcută. Pitagoreicii considerau că ordinea astrelor e atît de desăvîrșită, încît acestea realizează împreună o perpetuă muzică, acea muzică tainică a sferelor — muzica celestă, cum se va spune mai tîrziu — pe care urechea obișnuită nu o poate percepe, dar care există, fără îndoială, în condițiile în care între Pămîntul pe care noi fiîntăm și astrele din jur putem sesiza raporturi de tipul celor care există între un sunet muzical și altul. Convingerea lui Pitagora și a discipolilor săi era că la baza lumii în care trăim stă numărul: orice lucru se află față de celelalte în raporturi care pot fi exprimate prin intermediul numerelor.

Unele dintre raporturile matematice posibile sînt armonice, altele nu. De aici, convingerea pitagoreicilor că un alt principiu ce guvernează cosmosul — pe lingă cel al ordinei — este acela al *armoniei*. Părțile se află astfel unele în raport cu altele  nc t se completează  i se sus in reciproc, alcătuind acela i fascinant *tot*. De aici decurge încă un principiu ce guvernează cosmosul — principiu al *echilibrului*. El presupune pe lingă raporturile de complementaritate între diversele p r i ale aceluiași tot,  i raporturi de susținere și condiţionare reciprocă. Cosmosul constituie, a adar, un tot av nd ca note principale ordinea, armonia, echilibrul, orice re azare implic nd riscul de a-l distruge. Cosmosul, în concepția lui Pitagora  i a discipolilor săi, constituie perfecțiunea  ns  i. Un lucru perfect este un lucru conform cu propriul său concept, un lucru care nu comportă nici un repro , un lucru care nu suportă nici un adaos fără riscul de a i se distruge ordinea inerentă, fără riscul de a fi distrus ca lume de sine stătătoare, ca totalitate.

Ideea de perfecțiune, inerentă cosmosului pitagoreic — inerentă, ulterior, oricărui ansamblu de elemente alcătuind o *lume*, o *totalitate* supusă principilor ordinei, armoniei, echilibrului — a fascinat g ndirea europeană, din timpuri foarte vechi. Fără îndoială, geneza reflec iilor în legătură cu frumosul, ca  i în legătură cu formele, care mai t rziu vor fi ata ate domeniului artei, nu poate fi  nteles   gnor ndu-se conceptul de perfecțiune.

Raporturile tainice dintre întreg  i parte, pe care le presupune conceptul de cosmos au îndemnat la luarea în considerare  i a altor observații. Elementele alcătuind cosmosul se raportează, al t la întregul din care fac parte,  it  i unele la altele, în sensul unor propor ii ce- i corespund reciproc. Propor ia de aur a constituit prima mare descoperire estetică din perioada presocratică, datorată, probabil, pitagoreicilor. Propor ia, ritmul, simetria apar astfel în calitate de elemente constitutive ale ordinei, echilibrului, armoniei specifice lumii perceptibile. Cosmosul devine, prin urmare, pen-

tru greci, o totalitate fascinatorie, marea taină pe care g ndul caută să o  nteleg ,  nc nt nd prin ordinea sa desăvirșită, prin echilibrul ce-i este inerent, prin armonia-i ce nu comportă nici un repro  —  ntr-un cuv nt, prin perfecțiune. Contemplarea cosmosului se va dovedi, de aceea, generatoare de  nc tare, de bucurie, iar omul va aspira ve nic să realizeze lucruri care să se înscrie firesc în ordinea lumii din care face parte, imit nd perfecțiunea cosmosului. Mai t rziu, se ajunge la o utilizare diferen iat  a termenului de cosmos: cosmosul înțeles ca ansamblu de corpuri cere ti  i cosmosul înțeles ca lume de sine stătătoare, în care părțile se află dispuse în perfectă ordine, complet ndu-se armonios unele pe altele, sus in ndu-se reciproc, mi c ndu-se sau  nscri ndu-se în totul din care fac parte, după principiile ritmului  i ale simetriei, ale propor iei de aur. Micul cosmos, structurat după principiile marelui cosmos, prive te orice formă perfectă: creație a naturii sau creație a omului. De aici, sentimentul de  nc tare în fa a a tot ceea ce înseamnă perfecțiune, deci totalitate de elemente care se completează reciproc, se sus in reciproc, sînt dispuse într-o ordine irepro abil , ce poate fi exprimată numeric. Teoriile moderne ale sistemelor nu sînt străine de această întelegere a lumii în calitate de „cosmos“ la vechii greci.

Două sînt direc iile mai importante ale anti-chit  ii grecești postsocratice în sensul cărora se cristalizează concep iile despre frumos. Prima presupune întelegerea frumosului ca Idee, Esen   sau Tipar la care frumusețea perceptibilă face numai o incompletă trimitere.

Pentru Platon (427—347 i.e.n.), după cum se știe, lumea în care noi trăim nu este dec t aparență, dincolo de ea afl ndu-se lumea imperceptibilă a Ideilor, Esen  elor sau Tiparelor ideale. Un lucru frumos nu poate fi confundat cu frumusețea  ns  i. O tragedie a lui Sofocle, o sculptură a lui Fidias, Iliada lui Homer sînt opere diferite. Singurul lucru care le une te e frumusețea. Filosoful va trebui să distingă întotdeauna cu-

noăsterea adevărată de păreri ce ni le formăm despre ceva, pe baza contactului nemijlocit cu diferitele prezențe materiale distincte. Frumosul constituie deci un ideal ce nu poate fi atins deplin niciodată, dar spre care tindem mereu.

A doua direcție importantă inaugurată de gândirea antică grecească după Socrate, pornește de la înțelegerea frumosului ca performanță în materie de structurare a formelor. Un lucru frumos nu încifrează nici o idee misterioasă a frumosului, ci e pur și simplu frumos.

După Aristotel (383—322 î.e.n.) notele caracteristice frumosului sînt ordinea, simetria și limitarea (*Metafizica*). În natură, obiectele frumoase se constituie la întimplare după aceste criterii. În artă, frumosul se realizează printr-o intervenție conștientă. „Imitind“ (*mimesis*) natura, artistul intervine asupra materiei, restrucurînd-o, pentru a-i pune în valoare calitățile. La Aristotel, arta stă integral sub semnul frumuseții. De aceea Stagiritul stăruie în fundamentarea unei discipline speciale — „Poetica“ —, studiind problema frumosului în artă.

Cele două „direcții“ constituite în perioada clasică a culturii grecești, vor suferi de-a lungul secolelor diferite transformări, împrumutîndu-și reciproc argumente ori fuzionînd chiar. Odată cu apariția creștinismului, accentul, în încercările de a înțelege frumosul, începe să cadă tot mai mult pe „aspectul interior“. Doctrina creștină insistă asupra sensului frumuseții interioare, a frumuseții sufletești, frumosul confundîndu-se, mai ales, cu binele. Platonismul și aristotelismul, intrate deja, prin scurgerea timpului, în conștiința culturală curentă, se întîlnesc în cadrul concepției creștine despre frumos sub o formă, bineînțeles, primenită. Ultima tentativă de reînviere „păgînă“ a platonismului, întreprinsă de către Plotin (205—270 e.n.), spre sfîrșitul lumii antice, se resimte, în mod curios, de pe urma tratamentului la care fuseseră supuși vechii filosofi, la nivelul gîndirii comune. Pentru Plotin, frumosul se confundă cu binele, iar acesta, cu existența

însăși. Frumusețea materială constituie însă, după părerea lui Plotin, expresia unei alte frumuseți, a frumuseții nevăzute, superioare, divine. Mai mult chiar, frumusețea nevăzută se poate ascunde și sub o înfățișare urită. Un suflet frumos nu presupune neapărat un corp asemănător. Plotin îndeamnă oamenii să privească în ei înșiși, în sufletul lor, tot așa cum privesc și în afară — cum privesc lumea din jur. Principiul socratic: „cunoaște-te pe tine însuți“ este reactualizat astfel cu mici modificări. La Plotin, ideea estetică de bază e așadar aceea că iubind frumosul din natură și din artă noi iubim frumusețea însăși, îi iubim pe zei, iubim binele.

Ca amestec vizibil de platonism și aristotelism se prezintă și doctrina estetică a lui Aureliu Augustin (354—430). Pentru acesta, ca și pentru Pseudo-Dionisie Areopagitul (sfîrșitul secolului V) frumosul e întruchiparea lui Dumnezeu, e unul din numele lui. La Augustin apare cel mai clar o problemă ce avea să preocupe mult pe esteticienii moderni: plăcerea estetică. Frumusețea, după el, e ceea ce place prin ordine, armonie, simetrie, într-un cuvînt prin unitate. Armonia lumii reprezintă, în concepția lui Augustin, nu semn al divinității ei. Pot gusta, se pot bucura de plăcerea pe care o procură frumosul numai oamenii înzestrați cu simțul proporțiilor.

Accentul se deplasează, precum vedem, prin filosofia lui Plotin și Augustin, tot mai mult dinspre exterior spre interior, spre „noi înșine“ atunci cînd e vorba să apreciem ceva ca frumos.

Toma d'Aquino (1230—1274), gînditor și teolog catolic, se lansează într-o operă de delimitare a frumosului de bine, noțiuni care la Plotin și Augustin se suprapuneau pînă la un anumit punct. Toma crede că frumosul și binele coincid prin trăsăturile lor esențiale, căci și unul și celălalt se bazează pe formă și, în consecință, binele e luat de noi drept frumusețe. Totuși, frumosul și binele se deosebesc din punct de vedere logic, deoarece binele se referă la diferite dorințe ale

noastre și, de aceea, are caracter limitat, pe cînd frumosul izvorăște dintr-un act de cunoaștere; frumoase sînt acele obiecte care plac omului atunci cînd le contemplă, fără a corespunde în vreun fel dorințelor, nevoilor lui. Conform concepției estetice a lui Toma d'Aquino, frumos e ceea ce produce plăcere, dar nu orice plăcere, ci numai plăcerea cunoașterii; nu bucuria produsă de prezența obiectului, ci bucuria de a cunoaște dezinteresat obiectul. Frumusețea apare astfel ca fiind de esență rațională, deoarece tot ce noi cunoaștem, cunoaștem numai cu ajutorul rațiunii. Toma d'Aquino considera că frumosul poate fi perceput numai prin văz și auz, întrucît doar aceste două simțuri sînt aservite, în gradul cel mai înalt, rațiunii.

Ideile estetice ale antichității, provenite pe două căi diferite — una laică și directă, alta religioasă, aducînd cu sine elemente din filosofia lui Platon și mai ales a lui Aristotel, citeodată mult transfigurate, greu recognoscibile — fuzionează într-o concepție nouă despre artă și frumos, cea a Renașterii.

Gîndirea estetică a Renașterii se bazează pe convingerea că sursele frumosului trebuie căutate în natură, unde frumosul poate fi întîlnit însă, cel mai adesea, într-o formă imperfectă. Datoria artei ar fi aceea de a desăvîrși ceea ce natura abia a început. Frumosul este interpretat în estetica Renașterii ca sinteză între „interior” și „exterior”. Un lucru poate fi frumos sau nu, doar în totalitatea lui. Fuziunea dintre frumusețea exterioară, păgînă, și frumusețea interioară, sufletească, de sorginte creștină, se face permanent simțită în arta Renașterii. Pretutindeni perfecțiunea fizică constituie în arta Renașterii expresia unei anumite stări interioare.

Sinteza dintre „interior” și „exterior”, dintre material și spiritual, operată de artiștii Renașterii determină, alături de alți factori, noul curs al gîndirii estetice. Din perspectiva lui, frumosul se cere înțeles ca un sinonim al adevărului. „Nimic nu este mai plăcut decît adevărul, adevărul singur

este demn să fie iubit” — va proclama solemn Nicolas Boileau (1636—1711) în a sa *L'art poétique* (1674). „Raționalizarea” frumosului, întreprinsă în perioada imediat următoare Renașterii, purta în sine germenul propriei sale negări, posibilitatea degenerării, a transformării unei judecăți valabile în prejudecată.

S-a văzut imediat că simpla identificare a frumosului cu adevărul face ca unul dintre cele două concepte să se dovedească de prisos. Pe de altă parte, dincolo de ceea ce rațiunea poate distinge în legătură cu frumosul mai rămîne încă ceva, acel „*je ne sais quoi*” care asigură lucrurilor frumoase forța de atracție și de încîntare.

Tocmai asupra acestui element va insista, pînă la absolutizare, o parte din gîndirea estetică spaniolă, franceză și mai ales engleză din secolele XVII—XVIII.

În Germania, Gottfried Wilhelm Leibnitz (1646—1716) dezvoltă, de asemenea, o teorie, extrem de seducătoare, cu privire la natura percepțiilor. După Leibnitz, percepțiile pe care le avem în contactul cu lumea externă pot fi împărțite în *obscure* și *clare*. Percepțiile clare, la rîndul lor, s-ar grupa, și ele, în: *confuze* și *distincte*. Spre deosebire de adevăr, care ține de domeniul cunoștințelor clare și distincte, frumosul ar ține de domeniul cunoștințelor clare și confuze*.

Un însemnat aport la înțelegerea problemei frumosului, în această perioadă, aduc lucrările de estetică ale lui Denis Diderot (1713—1784). Diderot considera frumosul ca relație între cel care contemplă și ceea ce este contemplat. Omul percepe formele din perspectiva aspirației sale permanente spre unitate, armonie, perfecțiune.

Din punctul de vedere al înțelegerii problemei frumosului, celelalte contribuții estetice din perioada prekantiană nu vin cu prea multe elemente noi.

* A se vedea mai pe larg: Tudor Vianu *Studii de filosofie și estetică*, (cap. *Începuturile iraționalismului modern*), București, Ed. Casa Școalelor, 1939.

Immanuel Kant (1724—1804) este cel care încearcă, pentru prima dată, să „pună ordine“ în modul de a trata frumosul. Estetica lui Kant este cu precădere „o estetică a frumosului“* în general. Artă intră în sfera de preocupări a esteticii în măsura în care ea stă sub semnul frumosului. Sînt distinse, în *Critica facultății de judecare* (1790) două tipuri de frumusețe: *frumusețea liberă (pulchritudo vaga)* și *frumusețea aderentă (pulchritudo adhaerens)*. „Prima nu presupune nici un concept despre ceea ce trebuie să fie obiectul, a doua presupune un astfel de concept, precum și perfecțiunea obiectului“. Primul fel de frumusețe ar cuprinde, după Kant, frumusețea de sine stătătoare: florile, lumea animală nedomestică, precum și unele producții artistice. „Desenurile à la grecque, frunzișurile pentru decorațiuni sau pentru tapete de hirtie n-au în sine nici o semnificație: ele nu reprezintă nimic, nici un obiect sau un concept determinat și sînt frumuseți libere. Poate trece în aceeași rubrică și ceea ce în muzică numim fantezii (fără temă), ba chiar întreaga muzică lipsită de text“. Frumusețea aderentă include aspectele frumosului aservit, oricît de vag, intereselor omului. „Obiectele produse de noi sînt frumoase doar în măsura în care corespund conceptului lor, scopului pentru care au fost produse, la fel animalele domestice, la fel arta care înfățișează aspecte și manifestări ale omului“**. Acest fel de frumusețe poate fi determinat numai prin raportarea lucrurilor reale la idealurile noastre. Și într-un caz și în celălalt, frumosul — după Kant — nu se legitimează doar sub aspectul obiectivității sale, el nu decurge din lucruri, ci din raportarea lor la noi. Depinde de felul de frumusețe — liberă sau aderentă — la ce judecată îl supunem: estetică ori teleologică, însă

* Mircea Florian, *Op. cit.* pag. 137.

** Immanuel Kant *Critica puterii de judecată*, partea I, paragraf 16, cf. trad. rom. a lui Tudor Vianu din *Istoria esteticii de la Kant pînă azi, în texte alese*, București, 1934, pp 61—62.

indiferent de natura lui, frumosul este relație între obiect și subiect, bazată pe principiul plăcerii.

E foarte dificil de știut exact — remarcă Victor Basch (1863—1944), în *Essai critique sur l'esthétique de Kant* (1927) dacă pentru Kant frumosul este subiectiv sau obiectiv, dacă e un sentiment ori o judecată, sau o judecată care rezultă dintr-un sentiment. Kant insistă asupra caracterului dezinteresat al plăcerii estetice: „frumos este ceea ce place fără concept și fără nici un interes“. Nicolai Hartmann (1882—1950) dă frazei citate următoarea interpretare: „Frumos este ceea ce place“. Deci, plăcerea estetică este universal-subiectivă. Ea nu poate fi încercată decît în contact nemijlocit cu obiectul și numai de către cel care îndeplinește condițiile necesare receptării estetice a obiectului. „Ceea ce place fără concept“ nu poate să însemne decît că plăcerea estetică nu își are alt temei decît obiectul estetic însuși, în individualitatea sa. „Fără nici un interes“ ne vorbește, desigur, despre faptul că cel care se delectează estetic „nu are nici un alt interes față de obiectul estetic decît interesul estetic ca atare“. Subiectul poate fi interesat în legătură cu obiectul estetic respectiv, din multiple puncte de vedere, însă atunci cînd săvîrșește judecata estetică el va face abstracție de ele și va trebui să-l „perceapă“ numai din punct de vedere estetic.

Cu toate acestea, însăși împărțirea kantiană a frumosului în „liber“ și „aderent“ ilustrează o anume nesiguranță în interpretarea acestuia. Convingerea că „frumos este ceea ce place fără concept și fără nici un interes“ nu se verifică în toate cazurile. Sînt cazuri cînd un lucru trezește sentimentul de frumos în lumina faptului că răspunde idealului nostru despre respectivul „lucru“.

De la ideea „frumuseții libere“ va porni, mai întîi, Johann Friedrich Herbart (1776—1841) în interpretarea frumosului ca simplă organizare de material, ca formă, deci. El pune astfel bazele „școlii formaliste“, care va cunoaște în secolul al XX-lea o amplă dezvoltare.

De la ideea „frumuseții aderente“ vor porni numeroși esteticieni din prima jumătate a secolului al XIX-lea, în interpretarea frumosului ca fiind ceea ce corespunde idealului, — așa-numita „școală a idealiștilor“, în frunte cu Hegel. În *Introducere la Istoria esteticeii de la Kant pînă azi, în texte alese*, Tudor Vianu analizează pe larg cristalizarea celor două tendințe estetice: *formalismul și idealismul* (substanțialismul). Cu unele excepții, frumusețea liberă va fi identificată cu *frumosul natural*, iar frumusețea aderentă cu *frumosul artistic*. Am văzut că, după Kant, frumosul artistic este frumos atît în ceea ce privește conținutul său, cît și forma, pe cînd frumosul natural (liber) n-ar fi decît o organizare pur formală de elemente, o „finalitate fără scop“. Adîncirea acestui dualism a dus, după expresia lui Tudor Vianu, la „extinderea formulei frumosului natural asupra artei și a frumosului artistic asupra naturii. Este ceea ce întreprind esteticienii «formaliști» și «idealiști» într-o serie de opere și în încrucișarea de argumente a unei polemici răsunătoare“*.

Lupta dintre cele două direcții — *idealismul și formalismul* — se profilează pe aproape tot parcursul primei jumătăți a secolului al XIX-lea. De la Hegel pînă la Eduard von Hartmann, corelarea frumosului cu idealul cunoaște cele mai diverse interpretări. Ecourile se extind pînă departe și toate curentele literare și artistice ale vremii înțeleg frumosul ca ideal.

Interpretarea frumosului ca ideal poate fi ilustrată cel mai bine prin opera filosofică a lui Georg Wilhelm Friedrich Hegel (1770—1831). Frumosul constituie pentru Hegel întruchiparea sensibilă a Ideii Absolute. Se știe că, în cadrul sistemului filosofic hegelian, Ideea Absolută cunoaște, în devenirea sa, mai întîi un stadiu al existenței pure, conceptuale, de al cărui studiu, după Hegel, urmează să se ocupe Logica. În stadiul următor, Ideea se înstrăinează de sine,

devenind realitate materială. De studiul acestui stadiu ar urma să se ocupe Filosofia naturii. În al treilea stadiu, Ideea Absolută, înstrăinată de sine însăși sub forma realității materiale, adică natura, începe să devină conștientă, prin ființa umană, de ceea ce a fost inițial existență pură. Astfel începe istoria procesului de deslușire a Absolutului în acele prezențe care îl trădează mai mult. Spiritul Absolut, sub semnul căruia se înscriu activitatea artistică, religioasă și filosofică (științifică) indică acel stadiu al devenirii Ideii Absolute cînd umanitatea, conștientă de existența acesteia sub forma sa imperfectă, înstrăinată, în lumea materială ajunge să aspire spre forme perfecte, superioare. În concepția lui Hegel, aspirația spre absolut se confundă cu aspirația spre frumos. Frumosul este idealul, adică Spiritul Absolut transparent în materie. Arta nu face decît să ne înalțe spre lumea Spiritului Absolut, a Idealului, a Frumosului, a Adevărului, a Libertății care, după filosoful german, ar fi noțiuni echivalente.

E de la sine înțeles că, pornind de la premisa falsă potrivit căreia „frumosul“ ar fi manifestarea „sensibilă“ a Absolutului, „idealismul“ estetic nu a putut depăși, în rezultatele fundamentale ale investigațiilor sale referitoare la frumos, pragul speculației sterile. Interpretînd frumosul ca manifestare „sensibilă“ a Ideii, școala estetică „idealistă“ era interesată mai mult de „conținutul“ frumosului.

Școala „formalistă“, întemeiată de J. Fr. Herbart, în opoziție cu prima, și-a concentrat atenția asupra structurii formelor despre care spunem că sînt frumoase. Herbart și, după el, toți cei care i-au împărtășit convingerile, susțin că frumusețea, fie ea naturală sau artistică, se rezumă întotdeauna la anumite raporturi formale. Meritul „formaliștilor“ pare a fi acela de a fi atras atenția, în estetica postkantiană, asupra faptului că „aspectul formal“ nu trebuie neglijat, atunci cînd vorbim despre frumos.

* Tudor Vianu, *Op. cit.*, pp. 25—26.

Spre deosebire de „idealism“, „formalismul“ nu a avut ecouri prea răsunătoare în arta și literatura vremii. Ecourile lui s-au făcut simțite abia ulterior, o dată cu apariția „teoriei artei pentru artă“, luând apoi proporții și culminând prin unele teorii artistice contemporane.

Disputele dintre „idealiști“ și „formaliști“ marchează prima etapă a luptei în jurul moștenirii estetice kantiene. Următoarea etapă se caracterizează prin efortul de a obține o sinteză a „idealismului“ și „formalismului“.

Tentativele — întreprinse atât de pe poziții strict estetice, cât și de pe poziții mai generale ale unor școli sau orientări filosofice de răsunet ce s-au succedat în a doua jumătate a secolului al XIX-lea — au fost numeroase și interesante. Nu vom insista, bineînțeles, asupra tuturor.

Am putea începe cu Gustav Theodor Fechner (1801—1887), care, în *Vorschule der Ästhetik* (1876) aplică pentru prima dată metoda experimentală în estetică. Fechner pornește de la o serie de experiențe psihologice în legătură cu unele fenomene estetice elementare: estetica sunetelor, a liniilor și culorilor, în diferite combinații, observând anumite constante emoționale. Printre principiile noi descoperite de întemeietorul esteticii „de jos în sus“ (adică de la analiza plăcerii estetice la formularea ideii de frumos și nu invers) figurează unul deosebit de important, la care se dovedesc reductibile celelalte. E vorba de *principiul asociativ* potrivit căruia la baza *plăcerii estetice* stau doi factori: unul formal (direct) și celălalt asociativ.

După Fechner „psihologismul“ estetic continuă să triumfe în varianta așa-zisei estetici experimentale. Dintre formulele postfechneriene de împăcare a „idealismului“ cu „formalismul“ se impune a fi reținută cea a „simpatiei estetice“ (*Einführung*). Pentru esteticienii partizani ai teoriei *Einführung-ului*, frumosul se prezintă sub forma unei proiectări a sentimentelor în formele contemplate, a unei inefabile contopiri dintre subiect și obiect.

Pornind de la formula „simpatiei estetice“, Konrad Lange (1855—1921) convertește plăcerea estetică în plăcere a iluziei. Satisfacția ce o simțim în contact cu un obiect frumos provine din capacitatea lui de a ne iluziona, de a ne face să-l vedem într-o altă lumină decât cea reală. „Dacă n-am ști că cerul e în realitate albastru, pădurea verde și nisipul galben, am vedea în trăsăturile albastre ale pensulei de pe jumătatea superioară a tabloului simplu cobalt, în cele verzi de jos culoarea verde, iar în cel galben-închis de jos, ocră. Adică am gusta acele culori numai senzorial și nu iluzoriu, sau cu alte cuvinte, nu le-am gusta estetic“*. Konrad Fiedler (1841—1895) reia ideea și, fructificând unele poziții ale esteticii formaliste, o dezvoltă în cadrul teoriei sale estetice, cunoscută sub numele de *Sichtbarkeit* — teoria „purei vizualități“.

Orientările filosofice, îndeosebi neokantiene, de la sfârșitul secolului trecut au impus și pe planul esteticii noțiunea de „valoare“. Filosofia valorilor pornește de la ideea că, în cadrul existenței sale, paralel cu valorile materiale, societatea produce și anumite valori spirituale, prin care oamenii își exprimă atitudinea unii față de alții, față de ei înșiși și de întreaga civilizație, valori care oglindesc atât criteriile de conviețuire în comun, stabilite în decursul veacurilor, cât și progresul înregistrat de relațiile dintre indivizii aparținând diverselor grupuri sociale sau popoare. Valorile spirituale ar avea, așadar, o existență obiectivă, ca „exigență a conștiinței culturale“. Ele nu sînt create de individ, ci omul le găsește gata create de societate. Frumosul, binele, adevărul, libertatea sînt „valori“. Deoarece conținutul valorilor nu poate fi cunoscut decât prin raportarea obiectelor concrete la dorințele noastre, orice act de evaluare se face în numele unui ideal. Ca să deosebesc un lucru frumos de unul urit e necesar să am întâi conștiința valorii de frumos, să-mi formez despre

* Konrad Lange, *Das Wesen der Kunst*, în Tudor Vianu, *Op. cit.*, pag. 161.

acest lucru o imagine ideală, potrivit năzuințelor și nevoilor mele spirituale.

Alte încercări de a împăca „idealismul” cu „formalismul” se cristalizează în așa-numita „orientare vitalistă”. Drumul trece prin filosofia lui Arthur Schopenhauer (1788—1860) și a lui Friedrich Nietzsche (1844—1900). Însă, concomitent, din aceeași ramură se mai desprinde încă o tendință. La Schopenhauer, sensul frumosului se înscrie în cadrul aspirației umane spre puritate, spre detașarea de ceea ce apare drept mărunț, propriu fiecărui individ. La Nietzsche, voința schopenhaueriană de a trăi se metamorfozează, după îndelungi operații de „purificare”, în „voința” oarbă de „putere”, în numele căreia individul se naște și se luptă în viață. Precum vedem, are loc un proces de deplasare a înțelegerii frumosului dinspre rațiune către instinct, către biologic.

Între timp, se ivise teoria evoluționistă. Charles Darwin (1809—1889) interpretează frumosul ca perfecțiune biologică; tipul frumos e tipul normal, sănătos. Selecția naturală are ca scop promovarea celor mai dezvoltati și mai reprezentativi indivizi. Idealul reprezentativ din punctul de vedere al speciei corespunde idealului de frumos pe planul esteticului. Fenomenul estetic devine astfel propriu întregii lumi vii, superior organizate.

Spre deosebire de celelalte formule ale sintezei dintre „idealism” și „formalism”, care ignorau originea frumosului, formula „vitalistă”, în varianta sa darwiniană, propune o explicație genetică.

În *The Descent of Man and Selection in Relation to Sex* (lucrare apărută în 1871)*, Darwin arată cum între raporturile sexuale dintre indivizii umani care pretind a-și alege partenerii potrivit „criteriilor frumosului” și cele dintre

exemplarele animale nu există nici un fel de deosebire. Peste tot, femela preferă pentru fecundare exemplarul cel mai sănătos, mai puternic și mai desăvârșit din punctul de vedere al caracterelor speciei.

Ideea originii biologice a frumosului a fost ilustrată cu numeroase cazuri din artă și literatură. Artă antică grecească identifică frumosul cu normalul și întreține cultul frumuseții fizice fiindcă nu s-ar fi îndepărtat încă de înțelegerea biologică a frumosului. Dar pe măsură ce societatea avansează, frumosul pierde accepțiunea inițială, se deformează. Creștinismul impune cultul omului frumos sufletește și disprețuiește frumusețea fizică, animalică, asocială. Așa începe să pătrundă uritul în arta modernă.*

O amplă tratare capătă problema frumosului la N. G. Cernișevski, (1828—1889), prin studiul: *Relațiile estetice dintre artă și realitate*, unde frumosul este înțeles ca fiind însuși sensul superior al vieții, ca fiind viața în devenirea sa ideală.

Un incontestabil continuator al preocupărilor teoretice de factura celor la care ne referim a fost, în România, către sfârșitul secolului trecut și începutul celui prezent, C. Dobrogeanu-Gherea. El a încercat să lărgască explicația dată de Cernișevski frumosului, sprijinindu-se pe unele dintre ideile estetice ale lui Taine. Meritele lui Gherea — ca, de altminteri, și cele ale lui Maiorescu — în domeniul esteticii sînt însă de alt ordin decît cele referitoare la înțelegerea problemei frumosului.

Gîndirea estetică europeană se prezenta, la sfârșitul secolului trecut și începutul celui prezent, cu un impresionant bagaj de experiențe eșuate sau, în cel mai bun caz, doar parțial reușite.

Sistemele estetice postkantene, atît de impu-nătoare, se năruiseră pe rînd, dovedindu-și nepu-tința în fața problemelor pe care le ridica orice ambiție de înțelegere validă a frumosului. Pe acest

* Charles Darwin *Descendența omului și selecția sexuală*, București, Ed. Academiei R.S.R., 1967.

* O foarte interesantă expunere a acestei teorii o face M. Ralea, în capitolul *Artă și uritul*, din vol. *Între două lumi*, București, Ed. Cartea Românească, 1943.

fond, asistăm la primele tentative de abandonare a vechilor tradiții, problema înțelegerii frumosului fiind convertită fie în cea a expresivității formelor — mult mai cuprinzătoare —, fie în cea a intuiției estetice ori a „inconștientului”.

Preocupări de înțelegere a frumosului în sens tradițional mai înregistrăm numai în cadrul unor curente filosofice marginale, precum și la anumiți gânditori pe care i-am putea numi „independenți”. Ne vom opri asupra citorva dintre cărțile semnificative.

Mai întâi, *The Sense of Beauty* (1896), semnată de către filosoful american George Santayana (1863—1952). Santayana încearcă să explice frumosul pornind de la analiza judecății estetice. Ce are specific acest tip de judecată în raport cu altele? Filosoful american distinge, mai întâi, un gen de judecată care are drept criteriu și scop, în același timp, adevărul. E vorba de așa-zisele judecăți „de fapt”, cele științifice. Opușe lor, există judecățile „de valoare” — judecățile morale și estetice. Judecățile morale ar fi, după Santayana, negative prin însăși condiția lor, presupunând întotdeauna o interdicție. Cele estetice s-ar prezenta exclusiv ca pozitive, deoarece nu depind de nimic, sint judecăți de valoare în sine. Frumosul trebuie, deci, interpretat ca valoare pozitivă, obținută fără nici un fel de rețineri, fără nici o constrângere de comportament. Frumosul marchează reacția vitalității umane în fața unor stimuli externi, de natură sensibilă, formală ori expresivă. Din acest punct de vedere, plăcerea provocată de ceva frumos se atașează categoriei de plăcere obținută prin joc. Satisfacția produsă de un obiect frumos provine, în concepția lui Santayana, din acordul ce se realizează între propria noastră natură și experiența pe care o trăim. De aceea frumosul, cu toate că nu folosește la nimic, nu ne poate fi totuși indiferent. Frumusețea, spune el, e valoare — adică nu e percepere a esenței faptului sau relației, ci emoție, efect al naturii noastre volitive și apreciative. Formele nu se pretează aprecierii de

frumos dacă nu produc plăcere; frumusețea față de care omul poate să fie indiferent e o contradicție terminologică.

Din perspectivă diametral opusă celei adoptate de către George Santayana tratează alți doi americani — e adevărat, la distanță de aproape trei decenii — problema frumosului. Este vorba despre C. K. Ogden și I. A. Richards, care în 1923 publică *The meaning of meaning*. Ogden și Richards susțin că, în tratarea problemei frumosului pot fi deosebite, în genere, o atitudine poetică și o atitudine prozaică, nici una din ele neavînd însă nimic comun cu știința. Prima atitudine ar putea fi tradusă astfel: „frumusețea e ce cunoașteți pe Pămînt și trebuie să cunoașteți”. A doua atitudine s-ar putea exprima cam așa: „pielea rinocerului poate fi admirată pentru varietatea ei, însă, deoarece nu arată nici o vitalitate, e considerată mai puțin frumoasă decît o piele ce relevă evident activitatea musculară”. O știință cum se pretinde a fi estetica nu poate oscila între două înțelegeri atît de diferite. Cei doi autori trec în revistă sensurile pe care frumosul le poate avea din perspectiva celor două atitudini întîlnite în tratarea problemei frumosului: frumos este ceea ce are „calitatea de frumusețe”, „ceea ce are o formă specifică”, o „imitație a naturii”, „o folosire satisfăcătoare a unei tehnici date”, „o operă de geniu”, „o revelație”, „ceea ce produce iluzie”, ceea ce „conduce la efecte sociale dorite”, ceea ce „produce plăcere”, „ceea ce comportă o anumită atracție sentimentală”, „ceea ce stimulează vitalitatea”, „produsul unui contact cu lucruri sau personalități excepționale” — și convin că, dat fiind caracterul precar al oricăreia dintre ele, frumosul nu probează atît o stare de fapt, cît sugerează, mai degrabă, anumite sentimente și anumite reacții.

„Criza conceptului de frumos”, pentru a folosi o expresie consacrată, se profilează astfel în toată amploarea ei la orizontul gîndirii estetice a secolului XX. Unii autori văd în acest fenomen exclusiv un fenomen de „decădere” a esteticii, al

cărei obiect tradițional se dispersează evident. Dar „criza“ la care ne referim mai poate fi interpretată și ca un moment, parțial superior, în dezvoltarea esteticii, cînd vechile definiții, tributare, fiecare într-o măsură mai mare sau mai mică, metodei metafizice speculative, se dovedesc insuficiente, impunîndu-se imperios necesitatea unui alt mod de abordare a problemei frumosului.

Pentru a preveni amplificarea confuziilor, Max Dessoir (1867—1947) propusese, încă din 1906, separarea esteticii înțeleasă ca știință a frumosului de știința generală a artei pe care el o și fundamentează. Dar prea puțini au fost cei care i-au urmat îndemnul. Estetica de factură modernă va evita abordarea problemei frumosului, considerînd că ea constituie mai degrabă o problemă a filosofiei decît a realității concrete. Estetica de factură clasică, cu unele excepții, nu a făcut decît să repete adevăruri deja spuse.

Unul din puținii supraviețuitori demni ai „crizei“ la care ne referim rămîne, fără îndoială, Nicolai Hartmann. A sa *Ästhetik**, publicată postum, în 1953, este înainte de toate, o estetică a frumosului, foarte interesantă, dar stăruind la nivelul ideilor ce nu pot fi probate „concret“.

Astfel, întrebarea: „Și, totuși, ce este frumosul?“, se menține la orizontul esteticii contemporane la fel de misterioasă ca și pe timpul lui Pitagora. Singurele lucruri pe care le putem spune cu mai multă certitudine parcă, astăzi — după secole de dezbateri — se referă la faptul că, așa cum arăta odată Mikel Dufrenne: „...frumosul nu e nici idee, nici model, ci calitate prezentă în anumite obiecte, totdeauna singulare, care ne sînt date spre percepere. * El este plenitudinea nemijlocit încercată de percepție (chiar dacă această percepție are o lungă ucenicie și o îndelungă familiarizare cu obiectul) a existenței percepute. Perfecțiune a sensibilului, mai întîi, care se impune cu un fel de necesitate și refuză imediat

orice idee de retușare. Dar și imanență totală a unui simț al sensibilului, în lipsa căruia obiectul ar fi insignifiant, cel mult agreabil, decorativ sau amuzant. Obiectul frumos îmi vorbește și el nu este frumos decît în măsura în care este adevărat. Dar ce-mi spune el? El nu se adresează nici inteligenței, ca obiect conceptual — algoritm logic sau raționament — nici voinței practice, ca obiect uzual — semnal sau util — nici afectivității, ca obiect agreabil sau simpatîc; el solicită mai întîi sensibilitatea, pentru a o ferma. Astfel, sensul pe care el îl propune nu este justificabil nici de o verificare logică, nici de o verificare practică; e de ajuns să fie încercat, prezent și presant, ca sentiment. Acest sentiment este sugestia unei lumi, o lume care nu poate fi definită nici în termeni de lucruri, nici în termeni de stări de spirit, ci promisiune a amîndurora, care un poate fi denumită decît cu numele autorului ei: lumea lui Mozart sau a lui Cézanne.

Și totuși, această lume singulară nu este subiectivă. Criteriul veridicității estetice este autenticitatea: prin autorul operei, dacă el este inspirat, se pare că e vorba de o lume ca Natură naturantă care ne face semn și ne oferă spre descifrare una din fețele ei“.*

Considerațiile lui Dufrenne despre frumos sînt valabile însă și pentru grațios sau sublim, cel puțin în parte. Ce are totuși specific frumosul? El pare a presupune sentimentul acelei regăsiri, calme și echilibrate, în armoniile formei, în perfecțiunea pe care aceasta o vizează, sugerînd întotdeauna o posibilă împlinire a năzuințelor, aspirațiilor și idealurilor noastre, potrivit sensibilității și orizontului spiritual al fiecăruia. Astfel devine posibilă și înțelegerea diferitelor variante ale frumosului.

* Mikel Dufrenne, *Le beau*, studiu inclus în volumul *Les grands problèmes de l'esthétique*, Paris, J. Vrin, 1961, pag. 163.

* Nicolai Hartmann *Estetica*, București, Ed. Univers, 1974.

9. Variante ale frumosului: drăguț, pitoresc, idilic, mirific, minunat, feeric, fermecător, splendid

„Frumos“ constituie, desigur, un termen generic referitor la o foarte mare diversitate de cazuri care, la rândul lor, se cer înțelese din perspectiva unor structuri diferite, comportînd, fiecare, un relativ grad de independență. Există, desigur, gradele de comparație: frumos, tot atît de frumos, mai puțin frumos, mai frumos, cel mai frumos, foarte frumos, superb, dar se cer reținute și anumite variante ale frumosului pe care le desemnăm prin unii termeni de mult consacrați.

Drăguț — apare drept ceea ce comportă, încă neclar, atributele de frumusețe. Poate că nu e bine spus „drăguțul este un tip de frumusețe inferioară“ — așa cum se credea altădată — însă trebuie să reținem că în cazul drăguțului forma pe care o contemplăm nu-și dezvăluie suficient de convingător atributele de frumusețe.

Pitoresc — se referă la formele armonioase și echilibrate astfel construite încît să lase impresia că au fost respectate regulile compoziției picturale, așa cum aceasta e concepută la nivelul înțelegerii comune, doar pe linia notelor care pot încînta cel mai repede ochiul*.

Idilic — desemnează frumusețea definibilă din perspectiva aluziei pe care forma privită o face la o posibilă împlinire a idealului naiv de fericire, fie sub aspectul relațiilor omului cu ceilalți, fie sub aspectul relațiilor omului cu natura.

* Viziunea „pitorescului“ a fost nu o dată considerată ca specifică sensibilității românești. Considerații semnificative în acest sens întîlnim la Lucian Blaga (*Spațiul mioritic*, București, Ed. Fundațiilor, 1936). Analize pertinente au întreprins, mai aproape de noi, Andrei Pleșu (*Pitoresc și melancolie*, București, Ed. Univers, 1980) și Grigore Smeu (*Sensibilitatea estetică românească*, București, Ed. Academiei R.S.R., 1984). La o examinare atentă a pitorescului procedează și E. Moutsopoulos în *Categoriile estetice*.

Mirific — se definește în sensul complexelor de trăiri încercate în fața formelor uimind prin integritatea, armonia și echilibrul lor, încît par a ține de o lume ireală.

Minunat — implică ideea de frumusețe proprie formelor ce se etalează — în lumina calităților estetice de care dispun — astfel încît să pară mai degrabă accidente ale realității, adevărate minuni, ce nu sînt posibile decît prin intervenția unor forțe extrapămîntești*.

Feeric — se cere înțeles în sensul sentimentelor încercate în fața formelor care prin notele lor vizuale pozitive par a ține mai degrabă de lumea fascinantă a basmelor.

Fermecător — privește o variantă a frumosului situabilă în imediata vecinătate a agreabilului. Desemnează trăirile încercate în fața formelor ce par a-l vrăji pe cel care le contemplă, reținîndu-le numai sensurile pozitive.

Splendid — este un termen oarecum specific gîndirii estetice a Evului Mediu, care înțelegea de obicei frumusețea ca „strălucire a formei peste părțile proporționate ale materiei“. Înțelegerea ei nu poate ignora complexele de trăiri încercate în fața formelor a căror perfecțiune devine echivalentul strălucirii însăși**.

10. Grațiosul

Dintre toate categoriile estetice, frumosul, grațiosul și sublimul, cu numeroasele lor nuanțe și variante, formează grupul cel mai unitar. Nu

* Observații interesante în legătură cu această variantă a frumosului pot fi găsite la Rosario Assunto: *La critica d'arte nel pensiero medioevale*, Milano, „Il Saggiatore“, 1961; *Infinita contemplazione*, volum tradus în românește sub titlul *Universul ca spectacol*, București, Ed. Meridiane, 1983 — cu o postfață de Ion Frunzetti, ce poate fi reținută, ea însăși, drept punct de sprijin pentru înțelegerea „minunatului“.

** Ideea este dezvoltată cu toate trimiterile bibliografice necesare de către Umberto Eco în *Momenti e problemi di storia dell'estetica*, parte I, capitolul *Soilupo dell'estetica medioevale*, Milano, Marzorati editore, 1959.

degeaba, uneori, grațiosul și sublimul au fost considerate drept modificății ale frumosului. Desigur, sentimentele sau complexele de trăiri încercate sînt altele în cazul grațiosului și sublimului decît în cel al frumosului. Dar există, în același timp, și destule apropieri. Unele dintre acestea privesc strict condiția formei; altele, privesc posibilele noastre raporturi cu formele. Raymond Bayer, în *Esthétique de la grâce* — la care ne-am mai referit — propune următoarea metodologie pentru înțelegerea deosebirilor dintre frumos, grațios și sublim. El pornește de la raporturile pe care omul le poate avea cu diferitele forme capabile să producă plăcere la simpla lor contemplare. După Bayer, frumosul se cere înțeles ca specific formelor armonioase și echilibrate care se raportează la noi exact pe linia a ceea ce noi aspirăm, năzuim, tindem să instaurăm în jurul nostru. De aici — crede R. Bayer — „sentimentul“ de liniște și calm pe care îl inspiră toate formele frumoase. De aici, acea bucurie indicibilă în fața oricărui lucru frumos. Ți se pare că ai găsit ceva ce așteptai de mult.

Prin comparație cu frumosul, grațiosul s-ar înțelege ca specific formelor armonioase și echilibrate aflate în asemenea raporturi cu ceea ce există în jur încît armonia și echilibrul lor par tot timpul amenințate cu destrucția. Grațiosul ar reprezenta ipostaza fragilă a frumuseții, „frumusețea“ care se prezintă celui ce contemplă forma ca necesitînd ocrotire, preocupare ca nu cumva echilibrul precar pe care îl presupune să fie distrus. De aici, sentimentul de ceva frumos ce trebuie protejat sau „cultivat cu grijă“, pe care îl inspiră întotdeauna formele grațioase. Subscriem la această înțelegere a grațiosului de către R. Bayer.

Considerăm că principalele note ale grațiosului pot fi mai lesne reținute printr-o „localizare“ tatonantă, trecînd în revistă principalele sale variante, cu precădere cele specifice vizualității. Dintre arte, cea care exploatează prin excelență efectul de grațios, este, fără îndoială,

dansul, în ipoteza sa europeană clasică: baletul. Dintre marile stiluri istorice ale artei, rococo-ul stă sub semnul grațiosului. Dintre domeniile estetice extra-artistice vestimentația ne obligă deosebi să insistăm asupra grațiosului.

11. Variante ale grațiosului: fin, delicat, elegant, suav, diafan, gingaș, plăpînd

Fin. Desemnăm prin termenul de fin, cu derivatul său *finete*, acele aspecte ale grațiosului condiționate de fragilitatea materialului ce alcătuiește forma armonioasă — fragilitate aflată în opoziție netă cu ceea ce numim robustețe și masivitate.

Delicat. S-ar defini tot ca variantă a grațiosului, presupunînd complexe de trăiri nemijlocit determinate de situația instabilă a formei — permanent amenințîndu-i armonia și echilibrul — astfel, încît, parcă nu știi cum să o mai abordezi în cadrul procesului de contemplare.

Elegant se referă la complexele de trăiri încercate în condițiile contemplării formelor grațioase care se definesc prin raportare la o posibilă mișcare — atît pe orizontală cît și pe verticală. Dintre domeniile estetice extra-artistice vestimentația e cea care exploatează prin excelență efectul de eleganță.

„Zveltețea“ desemnează grațiosul care se impune din perspectiva poziției predominant verticale a formelor, asociată de obicei efectului de mișcare.

„Suplețea“ s-ar referi la acele efecte pe care sînt capabile să le trezească unele forme sugerînd posibilitatea de a se mișca lejer, în raport cu schimbările bruște de direcție ori în raport cu îngustimea unui spațiu de trecere.

Sînt cîteva ipostaze ale grațiosului care privesc, în primul rînd, sentimentele încercate în condițiile contemplării formelor lumii vii și, prin aluzie la acestea, ulterior, în condițiile contemplării formelor artei.

Suav reprezintă varianta de grațios cōnsăcrată de către formele a căror contemplare creează impresia de ceva dulce și delicios.

Diaphan se referă la formele grațioase a căror contemplare creează impresia de ceva transparent, prin ai cărui pereți poate fi surprinsă întreaga „ființă” a formei.

Gingaș privește formele grațioase însuflețite a căror integritate pare amenințată de tot ce există în jur, orice mișcare, orice act nehibzuit puțin-du-le distruge echilibrul.

Plăpînd ține de acele aspecte ale grațiosului specifice formelor vii a căror existență poate fi oricînd curmată, orice mișcare bruscă, orice act necontrolat punîndu-le în pericol nu numai armonia și echilibrul, dar însăși posibilitatea de a mai ființa.

12. Sublimul

Ca și grațiosul, sublimul a constituit obiect de îndelungi reflecții în contextul gândirii estetice europene. Mai ales gîndirea estetică engleză din secolele XVII și XVIII a manifestat în această privință un interes deosebit. Bazele înțelegerii lui metafizice sint puse, ca și în cazul frumosului, de către Immanuel Kant. Mult din tot ce s-a spus ulterior despre sublim se dovedește, într-un fel sau altul, apropiat înțelegerii kantiene. Dacă lăsăm la o parte acele *Observații asupra sentimentului frumosului și sublimului* (1764), aparținînd perioadei „precritice”, sintem nevoiți să revenim, și în legătură cu sublimul, asupra *Criticilor facultății de judecare*. Kant considera că sublimul are comun cu frumosul faptul că și el privește formele ce „plac” pentru ele însele, iar nu pentru altceva. Deosebirea ar consta în faptul că, în timp ce frumosul privește forma lucrului ce își are temei în limitarea lui, sublimul privește nelimitarea, infinitatea, sentimentul încercat caracterizîndu-se prin aceea că este provocat de mărimi ce întrec orice altă măsură. Ca sentiment, su-

blimul s-ar legitima prin faptul că infinitatea constituie întotdeauna obiect al rațiunii. În fața a ceva sublim încerci mai întîi o reacție de reținere sau chiar împotrivire, pentru ca numai într-un moment ulterior să intervină plăcerea, ca rezultat al învingerii „neplăcerii”. Astfel, pe cînd sentimentul de frumos presupune o stare de spirit caracterizată prin calm și împăcare, cel de sublim presupune o stare de spirit agitată, dinamică. După Kant, sublimul se situează într-o zonă unde esteticul se „încevinează” cu eticul, victoria asupra neliniștii și împotrivirii provocate de infinitatea formei pe care o implică sublimul deschizînd perspectiva disponibilităților morale din om. Pentru a ne convinge cit de puțin s-a mai putut spune în plus față de interpretarea kantiană, ne permitem să cităm „definiția” sublimului propusă de Etienne Souriau în *Le sublime*: „totodată, acelora care țin să pună frumosul și sublimul în forme opozitive le putem spune: în timp ce frumosul manifestă în mod evident perfecțiunea realizată a unei ființe, sublimul manifestă enigmatic, pentru existență, o perfecțiune mai înaltă, care ar metamorfoza-o” *. Pentru E. Moutsopoulos „Sublimul se relevă astfel ca o categorie a nemăsuratului, a nesupunerii la constrîngerii formale, a tensiunii conținute și aflate în relație cu dispozițiile cele mai abisale ale conștiinței. Există un macrocosm și un microcosm, echivalente fiecare cu impresia infinitului ce se află în noi. În plan estetic această impresie ia formă prin negarea măsurii raționale și prin sesizarea și instaurarea de scheme estetice cu accent conceptual transcendent. Principalele note ale sublimului se dezvăluie ca negative și transcendente în sensul de mai sus, coincidînd cu ori-

* Etienne Souriau *Le sublime*, în „*Revue d'esthétique*”, nr. 3—4, 1966. Și bibliografia românească despre sublim cuprinde cîteva lucrări de prima mînă. Pentru completarea discuției noastre, necesare se dovedesc, îndeosebi, trimiterile la lucrările lui Ion Ianoși: *Sublimul în estetică* (1983), *Sublimul în artă* (1984), *Sublimul în spiritualitatea românească* (1987), București, Ed. Meridiane.

ginalul său caracter superlativ, ce concurează la o comunicare secretă a conștiințelor estetice cu miracolul cosmic“.*

13. Variante ale sublimului:

fastuos, admirabil, monumental, grandios, colosal, magnific, solemn și somptuos, eroic

Acceptînd metodologia propusă de către Raymond Bayer pentru înțelegerea categoriilor estetice, să notăm, așadar, că sentimentul de sublim apare fără excepție, condiționat de formele care domină contemplatorul fie prin masa lor, fie prin forța lor, uneori doar sugerată.

Ca și în cazul grațiosului, unele note ale sublimului sperăm să poată fi reținute mai bine luînd în discuție principalele sale variante.

Fastuos. Varianta sublimului cea mai apropiată de frumos e cea pe care o desemnăm obișnuit prin cuvîntul „fastuos“. El se referă întotdeauna la o anumită etalare a bogăției de elemente capabile să impresioneze pozitiv. Fastuosul ar impune deci armonia etalată cu pompă.

Admirabil constituie o variantă a sublimului ce se situează, de asemenea, în proximitatea frumosului. El ține de lumea formelor ale căror condiții de existență, structură și integritate se prezintă în așa fel contemplatorului, încît dau impresia a ceva ce depășește puterea umană obișnuită de a concepe și realiza un lucru. Sentimentul de admirație e un sentiment complex. Pe de o parte, forma contemplată e acceptată ca atare, pe de altă parte, nu-ți poți da seama imediat cum a putut cineva să realizeze un asemenea lucru. Bucuria întîlnirii cu performanța este cea care se impune înainte de toate.

Monumental — desemnează acele aspecte ale sublimului generate de formele care se raportează

* E. Moutsopoulos: *Op. cit.*, pag. 48.

la scara semnelor vizuale ce evocă atitudini, fapte sau evenimente deosebite: monumentele.

Grandios — se referă la acele aspecte ale sublimului pe care le consacră formele ce se impun atît prin dimensiunile lor cit și prin forța lor depășind obișnuitul. În limba română avem și cuvîntul *măreț*. El este și nu este sinonim cu grandios, întrucît pare a sugera, totuși, ceva diferit de acesta. Măreț posedă atît unele note de monumental, indicînd deci ceea ce se detașează de cotidian, cit și unele note de grandios, indicînd ceea ce se impune ca masă sau forță ieșite din comun.

Colosal — desemnează ceea ce se impune în-deosebi ca masă în raport preponderent cu poziția verticală, depășind posibilitățile umane obișnuite de cuprindere sau reprezentare.

Magnific — vizează acele aspecte ale sublimului prin care forma se impune ca aluzie la o forță pozitivă ieșită din comun.

Solemn și somptuos privesc acele aspecte ale sublimului prin care anumite forme estetice se impun, ca făcînd trimitere la un timp și un spațiu deosebite, timpul și spațiul gesturilor, aparițiilor, actelor sau faptelor de maximă importanță. În cazul somptuosului, un rol definitoriu îl au materialele de preț și prestigiu din care sînt obținute formele.

Eroic — s-ar prezenta ca variantă a sublimului vizînd faptele umane săvîrșite sub semnul supremului curaj, pentru apărarea valorilor morale ale unei comunități.

Într-un fel, frumosul, grațiosul și sublimul, cu toate variantele lor, constituie categorii „pur“ estetice. Ele pot fi întîlnite atît la nivelul formelor din natură cit și la nivelul creațiilor omului, cu predominarea unor variante într-un domeniu sau altul.

Următoarele categorii asupra cărora vom stărui sînt *tragicul* și *comicul*. Ele apar doar la nivelul vieții sociale și se relevă ca atare doar din perspectiva moralei oamenilor. În ce privește tragicul, există și opinii în legătură cu imposibi-

litatea reținerii sale în calitate de categorie estetică. Sub unele aspecte, el s-ar atașa eticului, aducând în discuție problema binelui; sub alte aspecte, atunci când prezintă tangențe cu esteticul, el s-ar integra diverselor variante ale sublimului — de la eroic și pînă la magnific. Totuși în măsura în care esteticul nu reprezintă un domeniu izolat, în măsura în care esteticul se interferează cu eticul, tragicul poate fi integrat sistemului categoriilor estetice, cu precizările de rigoare, atunci cînd e cazul.

Dacă frumosul, grațiosul și sublimul ne-au obligat să căutăm a înțelege formele estetice, cu trăirile și sentimentele respective, încercate mai mult prin raportare la condiția lor spațială, tragicul și comicul ne obligă să căutăm a înțelege formele mai mult prin raportare la condiția lor temporală. Faptele se petrec din perspectiva scurgerii timpului și sub sancțiunea timpului. Tragicul și comicul sînt legate astfel mai mult de ceea ce se numește durată. Să ne oprim, mai întîi, asupra problemei tragicului.

14. Tragicul

După cum s-a arătat, formele estetice nu pot fi înțelese făcînd abstracție de condițiile fundamentale de existență a lumii obiective: timpul și spațiul. Acestea, la rîndul lor, ne obligă să nu ignorăm nici devenirea. Nimic nu există în timp și spațiu fixat o dată pentru totdeauna. Totul este supus schimbării, care poate antrena modificări de formă — și atunci devine transformare — sau modificări de conținut, de esență — caz în care avem de a face cu destrucția totală a formei inițiale, reducerea ei la simplă materie, pasibilă a se constitui în alte forme, total diferite de cea anterioară. Fără conștiința unei atari dialectici, problema tragicului nu poate fi înțeleasă. Lumea în care noi trăim fiind supusă schimbării, din perspectiva integrării ei în timp, se poate concretiza în situații mai mult sau mai puțin favorabile

afirmării noastre ca oameni. Intervenția umană asupra lumii se justifică în lumina efortului de a supune ceea ce există obiectiv intereselor noastre, de a structura lumea în conformitate cu idealurile umane, astfel ca ea să devină prielnică afirmării fiecăruia. Apare, în aceste condiții, problema valorilor ideale, adică a modului cum ar trebui să fie lumea din care facem parte, pe linia năzuințelor, aspirațiilor, dorințelor, intereselor, idealurilor și speranțelor noastre. Între ceea ce ar trebui să fie, ar putea să fie sau ar merita să fie și ceea ce ajunge să fie se ivesc întotdeauna nepotriviri. Problema tragicului se cere înțeleasă ca pornind de aici. Numai din perspectiva conștiinței pe care o avem în legătură cu ceea ce ar putea să fie, ceea ce ar merita să fie și ceea ce ar trebui să fie vom putea înțelege tragicul. El consacră întotdeauna situații în care o existență este împinsă de către un complex de factori, spre un sfîrșit pe care nu-l merita. Tragicul ar exprima astfel condiția de permanentă instabilitate a ceea ce există. Ceea ce există se impune ca element distinct în contextul general al realității. Din acest punct de vedere, ceea ce există concret și perceptibil se opune devenirii care presupune întotdeauna destrucția sa în configurația prezentă. Opoziția, în aceste condiții, devine conflict — un conflict direct între ceea ce există și ceea ce va exista, sau un conflict indirect, întrucît devenirea presupune în permanență stări de tensiune pe linia relațiilor dintre întreg și parte, dintre „eu“ și „ceilalți“ etc. Pînă la urmă, nimic nu se dovedește veșnic. Sînt situații cînd „dispariția“ poate fi forțată. Atunci încercăm sentimentul că s-a comis o nedreptate, existînd convingerea că în raport cu ceea ce nu a fost nimicit, existența dispărută avea mai mult drept de supraviețuire.

Să recapitulăm: tragicul se definește, prin excelență, în lumina situațiilor conflictuale din perspectiva cărora opuși urmăresc fiecare triumful propriului său principiu. Poate fi o înfruntare între parte și întreg, între individ și societate,

între conștiință și materie, între viață și existență neînsuflețită, între două sau mai multe voințe, între două sau mai multe principii, între două forțe ale aceluiași tot, cu perspectiva însă a suprimării unuia dintre elementele singulare sau grupurile participante la confruntare. Tragicul presupune, obligatoriu, conștiința, din partea noastră, că în condițiile respectivei înfruntări s-a distrus sau e pe cale să se distrugă, fără drept de apel, un echilibru; că s-a produs o nedreptate, deoarece și elementul anulat avea, deopotrivă, dacă nu chiar mai mult decât cel afirmat în urma conflictului încheiat, dreptul la existență sau dreptul la afirmare mai departe. Tragicul ni se înfățișează astfel ca expresie a însăși dialecticii vieții. Sentimentul tragic trebuie înțeles, în aceste condiții, și ca sentiment de solidaritate cu ceva ce urmează să fie irevocabil anulat sau a fost chiar anulat, dar și ca sentiment al neputinței noastre de a împiedica devenirea lucrurilor. Reținem, prin urmare, ca determinantă pentru complexul de trăiri specific „sentimentului tragic” această solidarizare a noastră cu elementul condamnat să dispară, solidarizare izvorită atât din convingerea că acesta ar fi putut să-și continue existența, cât și din convingerea că elementul condamnat la „dispariție” posedă attribute umane ce ne sînt comune și nouă. De aici, o anumită conștiință a unității umane, în lumina căreia se cere explicat sentimentul tragic; tot ce poartă amprenta a ceva ce-l recunoaștem ca fiind și al nostru trezește, atunci cînd ajunge să fie condamnat la dispariție, o anume stare de solidarizare cu el. Din acest punct de vedere, rezultă limpede că tragicul se situează în sfera valorilor spiritului undeva la limita dintre etic și estetic. Ele prezintă interferențe evidente cu ceea ce se petrece pe planul moralei oamenilor.

Conștiința unor asemenea adevăruri a determinat, în condițiile manifestărilor artistice moderne, o reconsiderare a tragicului — privit nu numai în lumina posibilităților pe care ni le oferă tipul

de compoziție literară denumit tragedie, ci în lumina conștiinței că însăși existența umană e marcată de anumite accente de tragic.

15. Înruirile tragicului: dramatic și melodramatic

Fac parte din „familia” tragicului unele cazuri care se cuvin reținute, totuși, separat. Nu este vorba, prin urmare, de variante ale tragicului, ci de categorii estetice distincte — cel puțin în cazul „dramaticului” — comportînd o înțelegere întrucîtva înrudită cu cea a tragicului.

Dramaticul — se cere înțeles din perspectiva situațiilor ce presupun doar o stare conflictuală, o stare de tensiune amenințînd sau prevestind o posibilă distrugere de echilibru, o posibilă dispariție fără însă ca aceasta să se întrevadă clar și irevocabil. Conflictul poate fi, ca și în cazul tragicului, între două forțe cu statut de existențe distincte, indiferent dacă una sau alta este îndreptățită din punctul nostru de vedere. Dramaticul caracterizează lupta din interiorul aceluiași fenomen, aceluiași moment, aceleiași totalități, avînd drept consecință modificarea stărilor de lucruri constituite — cu apariția de elemente noi și anularea unora dintre cele existente pînă atunci. Condiția dramaticului presupune, întotdeauna, nu nimicirea unora sau altora dintre forțele a căror înfruntare generează tensiune, ci doar anularea anumitor laturi, a anumitor elemente, a anumitor sensuri ale unei existențe și adăugarea altora. În sens larg, dramaticul se confundă cu existența însăși, înțeasă dialectic, care prin definiție este afirmare și negare, înfruntare a contrariilor, transformare, devenire. În sens restrîns, dramaticul desemnează o situație de încordare, de tensiune ridicată atinsă într-un moment sau altul al înfruntării. În ce condiții se poate ajunge la o asemenea tensiune? În condițiile înfruntării a două forțe, a două voințe, a două principii, a două valori de aproximativ aceeași

dimensiune. În condițiile înfruntării dintre real și ideal, dintre intenție și posibilitate, cu permanenta amenințare de prăbușire a echilibrului existent. În condițiile înfruntării dintre întreg și unul din elementele sale componente, cu permanenta amenințare din partea întregului de a suprima partea sau din partea elementului ori elementelor componente, fie de a se desprinde de întreg, fie de a-l distruge. În condițiile înfruntării între acțiunea umană conștientă și reziduurile comportamentului animalic din noi, cu permanenta amenințare de a ne distruge unitatea, de a ne reduce la o singură dimensiune.

Melodramatic. Pe planul diferitelor arte, mai ales al celor exploatând efectul de acțiune — cinematografia, teatrul, literatura —, ținând seama de preferințele publicului, se poate supralicita efectul obținut în una sau alta dintre aceste condiții, prin amplificarea unor date și estomparea ori reducerea altora. Intervine astfel problema unui dramatism obținut în condiții artificioase, cu scopul evident de a face anumite concesii reprezentărilor curente pe care publicul le are despre un anumit tip de situații, despre un anumit tip de relații interumane.

Un asemenea dramatism contrafăcut, forțat, e desemnat prin termenul de *melodramatic*.

16. Comicul: nostim, amuzant, hazliu, ridicol; esența rizibilului; ris și suris cu motivație comică

În ce constă esența comicului? Un răspuns dintre cele mai seducătoare la întrebarea astfel formulată a fost oferit de către gânditorul rus N. G. Cernișevski, în studiul *Esteticeskie otnoșenia iskusstva k deistvitelnosti* (1855). Esența comicului ar consta, după el, în contrastul dintre aparența cu pretenții de superioritate și esența inferioară ce ni se dezvăluie la un moment dat. Dacă observația cu privire la contrastul dintre aparență și esență pe care ajungem să-l sesizăm la un moment dat în compor-

tamentul cuiva este acceptată, atunci, supusă atent analizei, ea ne dezvăluie o serie de resorturi mai puțin evidente ale comicului.

Trei aspecte se cer avute în vedere: a) situațiile în lumina cărora ni se dezvăluie un contrast între aparența cu pretenții de superioritate și esența în cauză, infirmând respectivele pretenții, b) capacitatea fiecăruia dintre noi de a sesiza un atare contrast și c) atitudinea față de starea de lucruri dezvăluită, exprimabilă prin zîmbet, suris sau ris, acesta din urmă putînd fi de diverse grade. S-ar cuveni observat, mai întîi, că atît comicul cit și tragicul țin exclusiv de resorturile umanului, referințele în afara acestuia fiind întotdeauna expresia figurii de stil ce se numește „personificare“. Natura în sine nu este comică, nici tragică. Nu putem spune vreodată despre cerul instelat că este tragic; nici despre o pădure că este comică. Chiar în limitele formelor artei, e greu de vorbit despre efecte comice în arhitectură, dacă facem abstracție de elementele ce pot fi aplicate, adăugate sau asociate formei arhitecturale, evocînd în spiritul compozițiilor picturale sau sculpturale anumite personaje. În muzică există „scherzo-ul“, sugerînd, prin caracterul neașteptat al aranjamentului de sunete, o întorsătură cu aparent efect comic. Dacă muzica este cu text, atunci „gluma“ poate fi mai ușor sesizată. Și în artele plastice, atîta timp cit avem în vedere doar condițiile clasice ale picturii și sculpturii bazate pe ideea unui obiect reprezentat „figurat“, se pot reține diferite modalități de prezență a comicului. O subspecie a graficii — caricatura — s-a consacrat ca exploatînd exclusiv efectul comic creat cu ajutorul liniei îndeosebi, prin aluzia ce poate fi făcută la caracterul sau comportamentul cuiva, atunci cînd sînt supra- sau sub-dimensionate diverse detalii fizionomice sau cînd sînt prezentate amplificat raporturile nefirești dintre un individ și lumea din jur, dintre un individ și alți indivizi. În condițiile tipului de compoziție abstractă — așa cum ne apare, de exemplu, la

Kandinski sau Klee, la Hartung sau Pollock — e mai riscant să vorbim despre efecte comice.

Reținând existența celor trei aspecte sub care se cere înțeles comicul, să încercăm o succintă examinare a lor. Din considerente metodologice modificăm ordinea, abordând, mai întâi, problema capacității de sesizare și sancționare prin ris și suris sau zîmbet a contrastului dintre aparență și esență, care se poate dezvălui la un moment dat, în comportamentul cuiva. Educația individului, valorile morale la care subscrie, mediul cultural în condițiile căruia s-a format, ca și unele calități înăscute, cum ar fi inteligența, spiritul de observație ș.a.m.d. condiționează existența comicului. Dacă cel care contemplă nu este capabil să sesizeze respectivul contrast dintre aparență și esență, atunci nu poate fi vorba despre comic.

Desemnăm prin termenul de *umor* capacitatea unei persoane de a sesiza, reține și sancționa prin ris ridicolul. În aceste condiții vom vorbi despre persoane cu umor și persoane fără umor. „Simțul umorului“ se cere înțeles în limitele unui vast evantai de experiențe. Sînt unele persoane care percep contrastul dintre aparență și esență mai mult la nivelul situațiilor create; altele, la nivelul atitudinii pe care o manifestă cel în cauză — personajul comic — față de gafa comisă; iar altele, la nivelul aluziilor ce pot fi operate cu ajutorul cuvintelor sau cu ajutorul altor mijloace de expresie. De la cei care se complac în efectele de farsă și pînă la cei care se complac în efectele de „butadă“, distanța ce se cere acoperită este destul de mare.

Al doilea aspect, care se cere luat în considerare pentru o înțelegere corectă a comicului, e cel referitor la contextul în care cineva își poate trăda o altă esență, inferioară, decît cea pe care ține să o „afișeze“. Henri Bergson (1859—1941) în *Le Rire* (1900) distinge trei posibilități.

„Comicul de situație“ ar privi acele cazuri în condițiile cărora cineva ajunge să-și dezvăluie o fațetă a comportamentului pe care o ținea ascunsă, deoarece se atașează la un sistem de

atitudini sancționabil în limitele moralității grupului social din care face parte. Situațiile create sînt de așa natură, încît insul respectiv nu mai știe să se descurce. Abandonează principiile superioare de conduită și gîndire, abandonează logica.

„Comicul de caracter“ s-ar defini pe linia unei schimbări de conduită pe care cineva o poate trăda la un moment dat, infirmînd impresiile sau convingerile favorabile formate anterior.

„Comicul de limbaj“ privește cazurile care se referă la „dezacordul“ dintre gîndire și vorbire, dintre vorbire și comportament, dintre sensurile cu care sînt utilizați termenii și sensul cu care sînt înțeleși, receptați.

Al treilea aspect sub care se cere înțeles comicul privește, după cum a mai fost arătat, risul. Unii autori postbergsonieni au luat în discuție relația dintre obiectul comic ca atare și actul sancționării lui, atunci cînd este sesizat pe linia raporturilor dintre ris și rizibil.

Risul poate surveni fie în fața faptului împlinit — cînd cineva își trădează o altă esență, inferioară, decît cea „afișată“ — fie în condițiile faptului previzibil ce „dă de înțeles“ că cineva s-ar putea dezvălui ca ridicol; intervine atunci problema aluziei la o posibilă situație comică, aluzie desemnată prin termenul de ironie. Vladimir Iankelevitch a consacrat ironiei un eseu celebru încă înainte de ultimul război (*L'ironie*, 1936). Ironia ar presupune, într-o primă accepțiune, acea atitudine complice față de faptul rizibil, din partea celui care rîde. Într-o a doua accepțiune, ironia ar presupune atitudinea de superioritate față de cineva, în condițiile în care se insinuează că ar putea deveni rizibil. Într-o a treia accepțiune — cea utilizată în antichitate de Socrate — ironia ar presupune o formă de simulare a unor situații rizibile, pentru a atrage pe cineva într-o situație rizibilă reală, pentru a-l pune pe adversar în situația de a-și dezvălui cu adevărat esența rizibilă.

O mențiune specială comportă această solidarizare a celui care rîde cu cel despre care rîde.

Pot fi luate în considerare diferitele ei „fațete“. Prima ar aduce în discuție caracterul neașteptat al contrastului dintre aparență și esență. Inconsecvența se situează la nivelul relațiilor noastre cu „obiectul“ rizibil și nu la nivelul raporturilor dintre esență și aparența acesteia. Consemnăm prin termenul de *nostim* tocmai acest caracter de neașteptat al unor situații, al unor întâmplări care se pot ivi. Despre asemenea întâmplări însă nu se ride, ci se zîmbește. *Zîmbetul* reprezintă, așadar, poate, prima treaptă spre ris.

Următorul aspect privește situațiile prin care se dezvăluie un anumit contrast nevinovat între aparență și esență, contrast ce nu e incompatibil cu principiile superioare ale moralei celui care ia act de gafă, și care poate fi întâlnit frecvent. Noi îl desemnăm prin termenul de *amuzant*. Și în cazurile lui intervine tot zîmbetul, „sanctiunea“ noastră putîndu-se întinde pînă spre suris.

Alte aspecte privesc situațiile în condițiile cărora se dezvăluie, pe multiple planuri, inconsecvența unui caracter, contrastul dintre ceea ce noi ne așteptăm să fie ceva și felul cum ni se prezintă, contrastul dintre ceea ce ține să fie cineva și modul cum apare. Însă defectele dezvăluite sînt de așa natură, încît pot chiar să încite prin faptul că le putem descoperi. Ele nu contravin principiilor superioare ale moralei la care subscriem și nici nu amenință cu punerea într-o inferioritate condamnată a celui în cauză. Atari tipuri de raporturi le desemnăm prin termenul de *hazliu*. De data aceasta, atitudinea noastră se poate manifesta de la suris pînă la risul bonom.

Cu totul altul e cazul *ridicolului*. El privește întotdeauna situațiile în condițiile cărora contrastul dintre aparență și esență sfidează normele de comportament în comun, punîndu-l pe cel în cauză într-o situație de vădită inferioritate. Risul are, în aceste condiții, un caracter total diferit de cel analizat anterior. El exprimă satisfacția în legătură cu descoperirea adevăratei esențe a comportamentului în cauză. Desigur că și gra-

dele risului sînt multiple, mergînd de la risul denotînd acea satisfacție a descoperirii și sancționării ridicolului pînă la risul sarcastic — consecință a dezvăluirii sau a aluziei la posibilitatea cuiva de a ni se dezvălui integral ca ridicol. Caracterul de prezență prin excelență ridicolă, care în orice împrejurări provoacă risul, este desemnat prin termenul de *hilar*.

Derizoriu — vizează acele manifestări ale comicalului în condițiile cărora disprețul celui care rîde față de obiectul risului apare explicit.

Din perspectiva celui sancționat prin ris, a personajului comic, intervin două grupuri de atitudini: prima se referă la simularea unei anume satisfacții în descoperirea propriei sale gafe. E ceea ce indică termenul de *haz*. A doua se referă la drama celui despre care se rîde. Pentru cel despre care se rîde, aspectul comic al comportamentului său poate lua o formă tragică. În literatură în general și în teatru în special s-a exploatat foarte mult această ambiguitate a raporturilor dintre tragic și comic.

Cuvîntul *tragi-comic* trimite la un grup de situații ce au pasionat întotdeauna pe marii moraliști sau scriitori moraliști ai lumii, de la Cervantes pînă la Eugen Ionescu și Samuel Beckett.

17. Categorii estetice cu sens negativ mai mult ori mai puțin pronunțat: **Banalul, Anostul, Vetustul, Urîtul, Absurdul, Bizarul**

Am trecut în revistă pînă acum categoriile estetice considerate altădată drept cele mai importante. Acestea însă nu pot fi înțelese decît prin raportare la opusele lor, multă vreme neluate în seamă în calitate de categorii estetice. Studiile mai recente de estetică le rețin sub denumirea de „categorii estetice antitetice“. Antitetic vrea să însemne ceea ce se opune la ceva precedent, așa

cum o valoare negativă se opune, într-un fel sau altul, unei valori pozitive.

Opus pateticului ar fi *banalul*, adică ceea ce se ascunde în spatele absenței aparente a oricăror calități capabile să impună o formă ca generatoare de spectacol.

În limitele banalului poate fi delimitată, ca o variantă a acestuia, ceea ce se prezintă drept *anost*. Anost vrea să însemne ceea ce se prezintă ca mai mult decît banal, undeva apropiat de dezagreabil, dar fără să poată fi indicat ca atare. Formele contemplate nu deranjează, nu displac simțurilor noastre, dar nici nu plac. În aceste condiții intervine problema unui anume tip de saturație a simțurilor în contact cu niște forme care nu mai pot genera spectacol. De unde, o senzație specifică: ceea ce este contemplat nu jenează, dar simțim nevoia de altceva. Anost vrea să însemne, de fapt, aproape plictisitor. Bineînțeles, întreg domeniul banalului posedă capacitatea de a deveni anost, în anume condiții.

Vetustul se referă la formele ce de mult nu se mai înscriu în timpul estetic activ al oamenilor, dar care, în unele cazuri, mai pot fi întîlnite totuși. Sentimentul încercat în fața lor este acela de ceva ce reține atenția tocmai prin detașarea de principiile prezentului estetic activ, de unde caracterul ușor comic întotdeauna al respectivelor forme; ele ne fac de obicei să zîmbim, să suridem sau chiar să ridem.

Opus frumosului ar fi *uritul*. Dar problema uritului este tot atît de complicată ca și cea a frumosului. E foarte greu de precizat ceea ce constituie în general uritul. În funcție de cultura oamenilor, de educația primită, dar și în funcție de dispozițiile sufletești prin care ei trec, în funcție de împrejurările create, anumite forme se definesc drept urite. Ele nu trebuie confundate cu formele care, fără să fie frumoase, nu pot fi apreciate nici ca urite. Uritul ar indica absența echilibrului și lipsa de integritate a unei forme. Pe planul artei, ceea ce poate să apară ca urit în realitate poate deveni frumos tocmai prin încercarea reu-

șită a artistului de a sublinia diversitatea lumii reale, bogăția de semnificații a prezențelor acestora. În atari condiții, aprecierea pe care o facem unui tablou sau unei sculpturi nu se referă la ceea ce ea „ilustrează” ci la modul cum „ilustrează” ceva. Un lucru urit în realitate poate deci să fie zugrăvit frumos în artă.

Absurdul — o categorie estetică impusă pe planul vieții estetice mai mult în ultimul secol — privește acele aspecte ale raporturilor dintre elementele componente ale unui „spectacol” care aparent contravin oricărei logici și normelor recunoscute la nivelul bunului simț.

Bizarul — vizează prezențele perceptibile vizual ce nu-și găsesc nici o explicație cauzală la prima vedere, sustrăgîndu-se total principiilor ce guvernează experiența comună.

18. Alte posibile categorii estetice negative: **Grosolanul, Grotescul, Josnicul, Obscenul, Groaznicul, Monstruosul**

Grosolanul — vizează, cu precădere, formele sau raporturile formelor cu prezențele lumii din jur care, prin masă și forță, sfidează principiile armoniei și echilibrului.

Grotescul se definește ca tip de „spectacol” negativ, prin opoziție cu tot ce poate să însemne aspirație spre înalt, spre măreție.

Josnicul impune, de asemenea, un tip de spectacol negativ care, prin statutul său existențial, sfidează principiile morale elementare, la care membrii unei comunități subscriu.

Obscenul aduce în discuție formele și raporturile dintre acestea și prezențele înconjurătoare ce pot fi interpretate ca aluzii la acele părți ale corpului omenesc și ale existenței umane care sînt de obicei ascunse pentru faptul că „vorbesc” despre tributul pe care oamenii îl plătesc animalicului.

Groaznicul se cere înțeles, în egală măsură, ca tip de „spectacol” negativ contravenind tuturor aspirațiilor, năzuințelor și speranțelor umane.

Monstruosul consacră tipul de „spectacol“ negativ care se constituie ca aluzie la anomaliiile vieții, prin sfidarea, sub aspectul lipsei de armonie, a ceea ce este considerat firesc, normal.

Ce se poate spune la încheierea acestui capitol? Indiferent de temeiurile discuțiilor în legătură cu problema categoriilor estetice, următorul adevăr trebuie, totuși, reținut: orice încercare de înțelegere a esteticului nu poate ignora realitatea relației dintre forme și sentimente. Dezbaterile ce au avut loc în ultimele decenii cu privire la problema categoriilor estetice au relevat necesitatea abordării diferențiate a acestei relații sub aspectul formelor, al raporturilor dintre contemplator și formă, iar, în ultimă instanță, al sentimentelor. A devenit posibilă, din această perspectivă, o mai profundă și mai clară înțelegere, atât a problematicii formelor, cât și a problematicii sentimentelor. Noi am încercat să oferim unele sugestii în acest sens, pentru a putea înțelege mai bine domeniile estetice extra-artistice pe care ne-am propus să le abordăm. Precizări privind sistemul categoriilor estetice atât de mult controversat sînt întotdeauna posibile.

IV

ARTĂ ȘI NON-ARTĂ

Sînt tot mai greu de precizat astăzi limitele artei, chiar și în sens relativ. Cu o sută de ani în urmă, fiecare se considera posesorul unor oarecare certitudini în această privință. Omul se referea la artă — absolutizînd, e adevărat, experiențele pe care le deținea fie în domeniul muzicii, fie în domeniul picturii, fie în domeniul dansului — fără să se îndoiască vreun moment că interlocutorul său ar putea să nu-l înțeleagă. Platforma de experiențe culturale de pe care se purtau discuțiile și platforma de accepțiuni ale termenului de artă însuși permiteau un anumit grad de înțelegere și urmărire a intențiilor, capabil să asigure suficientă coerență dialogului.

Diversificarea manifestărilor artistice și accesul inegal al oamenilor la mesajul acestora în funcție de educația primită, de culturile naționale în contextul cărora s-au format, de mediile sociale din care provin, fac acum dialogul foarte anevoios. El seamănă, nu o dată, cu o convorbire între surzi, cînd unul spune ceva, iar altul înțelege altceva. Dacă s-ar putea calcula exact cantitatea de eroare rezultînd dintr-un asemenea dialog probabil că, pe ansamblu, s-ar ajunge la procentaje înspăimîntătoare.

Practic, noi discutăm mult astăzi despre artă, dar de obicei sensurile pe care i le recunoaștem fiecare nu coincid sau coincid foarte puțin. A în-

cerca să ajungi la concluzii universal valabile pare, în aceste condiții, un non-sens. Și totuși, studiile de estetică dezbătând problematica diferitelor resorturi ale artei și căutînd, pe această bază, să ajungă la concluzii universale, abundă. Devine îndoielnică însă, în aceste condiții, utilitatea lor. Nu e rău că au văzut lumina tiparului, dar nu se întîmpla nici o nenorocire dacă n-ar fi fost scrise.

Ținînd seama de diversitatea manifestărilor estetice actuale, delimitarea, chiar relativă, a domeniului artei de celelalte domenii din sfera esticului se dovedește obligatorie, dacă ținem ca prin noile studii de estetică să nu contribuim la spori-rea gradului de confuzie ce se face pretutindeni simțită.

Două sînt etapele ce urmează a fi parcurse; prima urmărește delimitarea în general a artei de non-artă. A doua urmărește delimitarea artei de non-artă în condițiile specifice lumii de azi.

1. Conceptul tradițional de artă

De ce unele forme, perceptibile vizual, țin de domeniul artei, iar altele nu? Răspunsurile esteticii tradiționale la astfel de întrebări par a nu fi trădat vreodată nici cea mai mică ezitare: formele artistice sînt întotdeauna forme capabile să trezească, la simpla lor contemplare, un anumit sentiment, o anumită stare de spirit, o anumită dispoziție. În această privință important nu se dovedește faptul că ele pot fi folositoare, că pot satisface una sau alta din trebuințele noastre, unul sau altul dintre interesele noastre, ci faptul că, prin compoziția lor vizuală, sugerează o posibilă împlinire a aspirațiilor, năzuințelor, sau idealurilor noastre, o posibilă stare a lumii în contextul căreia ne-am putea afla la un moment dat, o ipostază a condiției umane în general.

Există incontestabile elemente de adevăr pe care această explicație, cu privire la esența artei, le conține. Dar ele nu acoperă totul. Un apus

de soare, un peisaj sau o floare sînt, de asemenea, în măsură să trezească o anumită stare de spirit, să provoace o incontestabilă emoție, să stîrnească admirație, incîntare etc. Totuși, noi nu le asimilăm sistemului de forme specifice artei.

Din perspectiva esteticii tradiționale, înțelegerea artei ca sistem de forme capabile să provoace diverse complexe de trăiri, dispoziții, sentimente, la simpla lor contemplare, comportă unele precizări suplimentare.

Formele din natură nu pot avea același statut cu formele artistice. Natura nu creează. Ea produce la întîmplare, prin interacțiunea fericită a unora dintre forțele sale asupra unui material determinat.

Termenul de *creație* — de care în estetică s-a făcut altădată foarte mult caz — posedă semnificația unei descoperiri de formă prin intervenția conștiinței a omului asupra unui anumit material, urmărind structurarea lui în conformitate cu o intenție ori un corp de intenții personale. E adevărat că esteticile de inspirație teologică mai recunosc și un alt sens pentru termenul „creație”. Potrivit acestui sens al noțiunii de creație, Ființa supremă, Creatorul lumii, — indiferent ce nume poartă — este recunoscută ca dispunînd, la scară infinită, de toate atributele pe care le are și omul, făcut, de altminteri, după chipul și asemănarea sa. Ființa supremă — depășind întotdeauna puterile noastre de a o cuprinde și cunoaște în totalitatea ei — apare astfel înzestrată cu voință, capabilă de intenții, capabilă de judecăți. Ca deținătoare a unor atari atribute, ea a fost în stare să creeze lumea, iar în contextul ei, drept existență centrală, omul. Opera lui Dumnezeu este deci creație, atît prin caracterul ei de necuprins, cît și prin diversitatea manifestărilor sale. În condiții de „contemplare absolută” ajungi să încerci, în egală măsură, diferite stări de spirit, complexe de trăiri, dispoziții, sentimente, în funcție de formele la care te raportezi, în funcție de aspectele în fața cărora te afli. Totul în lume devine, din-

tr-o atare perspectivă, demn de contemplat, totul poate provoca sentimente, unele de mai mare intensitate, altele de intensitate mai mică. Trebuie numai să știi să contempli. Trebuie numai să știi să deslușești misterul creației supreme în fiecare formă întilnită.

Avem, deci, termenii: *creație divină* și *creație umană*.

Termenul de *artă*, chiar în aceste condiții, se referă doar la resorturile creației umane. El presupune întotdeauna descoperire de forme în materialul mai mult sau mai puțin „spiritualizat” la care se poate avea acces, obținere de formă prin intervenția asupra respectivului material, potrivit principiilor, regulilor și ideilor rezultând din experiențele anterioare în acest domeniu, pe linia a ceea ce se poate concepe și imagina. Cum însă tot ce realizează omul prin munca sa posedă atari atribute, se impun noi distincții. Estetica de factură tradițională nu a întâmpinat dificultăți în a le opera.

Dintre creațiile omului, numai unele pot avea statut de operă de artă. Bineînțeles, vor avea statut de opere de artă acele creații umane capabile să trezească diverse complexe de trăiri, dispoziții, sentimente, la simpla lor contemplare, indiferent de întrebuințările ce le pot avea.

2. Primele nepotriviri de sensuri

Până în zorii epocii moderne, convingerea la care ne referim și-a găsit suficientă acoperire în experiența diferitelor civilizații. Lucrurile au început să se încurce mai cu seamă odată cu trecerea de la producția artizanală de forme la cea industrială.

Producția industrială de forme — obișnuit: utilitară — comportă un evident specific. Forma este concepută — ideată — și apoi transpusă în material, într-un prim moment, doar la nivelul exemplarului unic, care poartă astăzi denumirea

de *prototip*. Odată recunoscut ca reușit și deci acceptabil, în funcție de interesele existente și de obiectivele procesului de producție, prototipul ajunge să fie reprodus în atâtea exemplare identice cât este nevoie. Descoperirea formei „are loc” doar la nivelul prototipului, întrucât fiecare dintre produsele alcătuind o *serie* sau alta nemaiconstituind o descoperire, ci reproducerea întocmai a primului exemplar care se va asemana întru totul celor care-i succed, nu mai poate fi distins dintre acestea.

Doar în condiții excepționale, când intervine problema unei anume conștiințe culturale, din perspectiva căreia prototipul poate fi înțeles ca exemplar memorabil, demn să figureze într-un muzeu sau într-o colecție, acesta ajunge să fie reținut numai din considerente vizuale.

Rezultatul intervenției directe într-un material determinat — reprezentând descoperire de formă și performanță obținută de către cineva în efortul de a supune respectivul material unei anume voințe ordonatorii — îl constituie *opera*. Cuvântul vine de la *operare* avind în italiană sensul de a prelucra, dar și de a interveni asupra unui material dat, pentru a-i înfrânge inerenta rezistență în fața voinței umane de restructurare, de reordonare pe linia unei idei sau alteia, pe linia unei configurații imaginate într-un fel sau altul.

Rezultatul acțiunii de multiplicare a prototipului cu mijloace industriale, la scara unei serii oarecare — accentul căzînd pe valoarea de întrebuințare, iar nu de contemplare a obiectelor — îl constituie *produsul*. Iată doi termeni asupra cărora ne permitem să revenim: *opera* și *produsul industrial*. Pentru legitimarea acestuia din urmă, estetica de factură tradițională a fost obligată să insiste asupra distincției dintre artă și producție industrială. Producția agricolă nu reclama o atare distincție, întrucât formele obținute prin *lavorare* — ca să folosim tot un cuvînt italian, echivalent românescului „lucrare” — adică prin lucrarea pămîntului, se impuneau ca forme naturale. Starea de forme mai reușite a unor exemplare se

datora, nu unei modelări sau construcții conștiente, ci acțiunii tainice a forțelor naturii. Producția industrială necesită însă o atare distincție, întrucât aici este vorba despre forme obținute în conformitate cu o intenție umană determinată, în conformitate cu o oarecare concepție despre cum trebuie obținut în serie obiectul util pentru a răspunde propriului său scop, întrucât aici este vorba despre forme în al căror proces de obținere natura nu mai are nici o contribuție, totul datorându-se omului.

Specific producției industriale, spre deosebire de creația artistică se dovedește și faptul că intervenția umană în material, pentru realizarea produsului unic sau pentru realizarea seriei de produse constituie o intervenție indirectă. Forma nu mai este descoperită cu ocazia fiecărui exemplar. Ea s-a impus ca descoperire doar la nivelul prototipului. În lumina datelor acestuia, materialul ajunge să fie prelucrat cu ajutorul mașinilor, cel mai frecvent la nivelul fiecăreia dintre componentele unui ansamblu. Participanții la actul de producție — oameni și mașini — nu au altă contribuție decât aceea de pregătire a materialului și de tratare a lui astfel, încât la urmă să poată fi obținute elementele componente din care va fi asamblat produsul, sau să poată fi obținut produsul integral, atunci când acesta nu se dovedește prea complicat. Procesul este asemănător cu cel pe care-l presupune producția agricolă, unde cel care lucrează pământul nu are, nici el, o contribuție directă la fasonarea formelor. Omul participă la actul de producție industrială, ca și cel participant la actul de producție agricolă, posedă, de aceea, statutul de lucrător.

Așadar, produsele industriei s-ar cere înțelese prin totală opoziție cu formele din sistemul artei, din următoarele considerente: formele din sistemul artei sînt capabile să impresioneze la simpla lor contemplare, indiferent de eventuala lor valoare de întrebuințare, prin caracterul de descoperire și de instaurare de ordine într-un material dat, în condițiile prelucrării lui directe (adică manuale,

pentru formele pe care le percepem vizual). Formele din sistemul artei constituie, tocmai în virtutea acestui fapt, exemplare unice. Statutul lor de unicat, iar prin aceasta de *noutate*, devine o condiție sine qua non. Totuși, nu unicitatea ca atare definește opera de artă, ci altceva, mult mai complex.

Termenul de *originalitate*, mult folosit în textele estetice de factură tradițională, desemnează poate cel mai bine caracterul particular al unicității artistice. E vorba despre un unicat, nu obținut la întîmplare, ci gîndit, conceput, elaborat în conformitate cu o idee existentă inițial, îmbogățită și definitivată pe parcursul prelucrării directe a respectivului material. Opus condiției de *original*, esteticienii englezi din secolele XVII și XVIII — perioada de semnificativă dezvoltare a producției industriale — au considerat că trebuie să fie *standardul*, acesta presupunînd forma ce reproduce întocmai o altă, la nivelul unei serii foarte mari. Sînt respectate, în aceste condiții, cu maximum de rigoare, datele exemplarului inițial, prototipul, care așa cum am arătat, după producerea seriei nu mai prezintă importanță.

În condițiile multora dintre manifestările artistice moderne, speculîndu-se nevoia de evadare din standard, pe care produsele industriale l-au „instaurat” pretutîndeni, intervine problema unei originalități căutate cu orice preț. Atributele complexe ale originalității sînt astfel identificate numai cu noutatea. Se insistă îndeosebi pe elementele care pot impune forma în mod șocant prin ineditul lor.

3. Vechile înțelesuri ale artei și interpretarea lor forțată

Ajunși în acest „punct” se impune mai întîi o paranteză. Pretutîndeni în lume, de-a lungul istoriei, arta s-a identificat, pînă la un anume punct, cu meșteșugul.

Vechii greci aveau pentru artă termenul de *techné*, însemnând „meșteșug“. Artă era înțeleasă de ei drept univers de forme obținute prin prelucrarea diferitelor materiale, în conformitate cu anumite norme, cu anumite canoane, necesitând tehnici bine definite a căror aplicare întocmai garanta rezultatele optime. Până astăzi, termenul artă se resimte de pe urma întrebuintării sale cu un grup de asemenea accepțiuni în cîmpul vechii culturi grecești. Pentru multă lume, a face un lucru cu artă înseamnă a-l executa cu abilitate, în limitele unor norme unanim recunoscute. Este accentuat în *techné* caracterul artizanal, aspectul manual al execuției pe care îl implică întotdeauna creația de forme artistice vizuale.

Tot vechii greci, însă, considerau că pentru a realiza ceva care să țină de domeniul artei sînt necesare nu numai priceperea și îndemînarea în modelarea ori construirea unei forme determinate — meșteșugul deci — ci și ceea ce am putea numi astăzi *vocație* sau *talent*, iar în contextul ansamblului de factori ce condiționează creația fiecărei forme: *inspirația*. Opera de artă era, prin urmare, un obiect realizat de către o persoană cu vocație sau talent, într-un moment de inspirație, dar era, în același timp, și un obiect executat cu meșteșug, deci în conformitate cu regulile ce i se dovedeau inerente. În această calitate, opera de artă apărea drept prezență rară, drept lucru ce nu poate fi întîlnit oricum și oriunde, ce nu poate fi realizat de oricine și oricum. Un asemenea obiect se prezenta ca „performanță“ umană în lupta cu materia, cu aceea rezistență pe care materia în mod firesc o opune oricărei voințe umane modelatorii, constituind prilej de admirație pentru cine-l realizase și de mîndrie pentru cine-l contempla.

Tocmai pe atari temeuri arta se identifica, în concepția celor vechi, cu însăși *perfectiunea*. Un lucru care prin construcția sa, perceptibilă, vizează perfectiunea, apare contemplatorului ca minune în ordinea lumii, ca prezență ce se distinge printr-un ansamblu de attribute imposibil de

sesizat, indicat și explicat în totalitatea lor, și o dată pentru totdeauna. O asemenea formă devine, după cum este și firesc, o prezență menită să atragă atenția privitorului sau ascultătorului. O asemenea formă se oferă contemplatorului în lumina unui sistem de raporturi inedite, pe care le impune între ea și celelalte prezențe din jur. O asemenea formă ajunge să se definească astfel ca prezență generatoare de spectacol. Ceea ce numim astăzi originalitate era implicat la greci — după cum vedem — în însăși ideea de perfecțiune, cu ale cărei sensuri trebuia să corespundă opera de artă.

Un lucru perceptibil vizînd perfectiunea, un lucru original, instaurator, așadar, de noutate în lume, se cerea conceput astfel încît să dăinuie, să înfrunte timpul, să fie etern, deoarece nu numai astăzi, dar și mîine oamenii vor avea nevoie de perfecțiune, iar aceasta nu se va afla niciodată instaurată în suficientă măsură pe pămînt.

Un asemenea „lucru“ se cerea și ocrotit, spre a nu fi distrus, supus acțiunii destructive a forțelor naturii sau a omului inconștient.

Nu ne va fi greu să întrevădem, încă din perspectiva înțelegerii antice a conceptului de artă, elementele care au determinat mai tîrziu apariția unor instituții cum sînt muzeele, pinacotecile, colecțiile de pictură sau sculptură. Nu ne va fi greu să explicăm, tot din perspectiva înțelegerii antice a conceptului de artă, de ce artiștii au aspirat întotdeauna să realizeze opere „nemuritoare“, iar cetățile au aspirat să dețină asemenea opere. Devine astfel lesne de priceput pentru ce filosofii din epocile următoare și-au pus atîtea speranțe în forța educativă a artei, privită ca univers de forme stînd sub semnul perfecțiunii, privită ca univers de forme cultivînd ideea desăvîrșirii la oameni. Se uita, totuși, că arta, tocmai în virtutea notelor ce i se recunoșteau ca specifice, nu putea fi accesibilă oricui și oricînd. Una dintre „ambițiile estetice“ caracteristice noilor vremuri va fi aceea a unei arte mai accesibile oamenilor, care să nu presupună „posibilități mate-

riale“ de care nu dispun decât foarte puține persoane. Ea s-a materializat însă, până la urmă, ori în altceva decât arta, ori în ceva total opus artei. Dacă „arta industrială“ nu mai are de-a face decât foarte puțin cu adevărata artă, artizanatul constituie cu totul altceva decât arta, pe cînd Kitsch-ul se definește prin netă opoziție cu arta.

Pe de altă parte, convingerea că arta nu poate fi decât univers de forme rare a determinat o „ambție estetică“, proprie noilor vremuri, diametral opusă celei prezentate pînă acum; cultul formei nemultiplicabile, cultul „unicității pure“. Această „ambție“ pare a ne pune cel mai mult în incurcătură astăzi.

Considerînd încheiată paranteza pe care am anunțat-o, revenim cu întrebarea ce își așteaptă răspunsul: în ce constau dificultățile întîmpinate astăzi mai mult decât ieri, atunci cînd se pune problema disocierii artei de non-artă? Adevărul este că întotdeauna conceptul de artă a comportat o anumită ambiguitate. Neasimilarea corectă, în toate limbile moderne, a sensurilor ce le posedă arta în contextul vechii culturi grecești nu a rămas fără consecințe la nivelul vorbirii curente. Latinescul *ars*, de la care avem *artă*, — iar prin contaminare termenul s-a impus cu un statut similar — în limbile germanice și slave chiar dacă etimologia sa este diferită — a preluat semnificațiile mai multor cuvinte: *techné*, *poiesis*, *mimesis*, *catharsis*, prin care grecii desemnau arta. Nu de ieri, de astăzi, ceea ce este executat ireproșabil, presupunînd o anumită inițiere, o anumită cunoaștere a meșteșugului necesar pentru a se ajunge în mod optim la rezultatul dorit în orice domeniu, e apreciat la nivelul practicii curente — și consacrat prin numeroase expresii de tipul „artă culinară“, „arte marțiale“, „arta iubirii“. Ele ne pot ajuta să înțelegem, măcar parțial, modul cum semnificațiile grecescului *techné* au fost preluate deformat. Vechiul *mimesis* a impus convingerea — descifrabilă la nivelul unor expresii care nu mai au nici o legătură

cu el — că forma artistică trebuie să imite întotdeauna bine ceva, respectînd acele criterii pe care experiența le impune cu evidență.

Alte sensuri pe care arta le avea în contextul vechilor culturi — greacă și latină — au fost preluate de asemenea deformat. Ideea că opera de artă constituie și rezultatul unui moment de inspirație a cunoscut un tratament asemănător celui de care s-au bucurat *techné* sau *mimesis*. Cîți oameni nu sînt întîm convinși că a fi artist înseamnă a intui o soluție adecvată pentru ceva, că e suficient să ai talent pentru a deveni artist, că e de ajuns o clipă de inspirație pentru a obține forma menită să impresioneze plăcut privitorul?

Transformările cele mai spectaculoase ale vechilor convingeri cu privire la specificul artei au fost însă operate de către aproape toate mișcărilor artistice importante din secolul XX. S-a forțat deseori, în această privință, „detașarea“ de trecut, pe linia unor strategii demitizante, cîteodată profanatorii în raport cu valorile îndelung recunoscute și respectate. Cîteva exemple sînt în măsură să edifice cititorul mai bine decât orice alte explicații cu privire la natura și dimensiunile fenomenului în cauză. Yannis Kounellis, un cunoscut artist de avangardă, a expus, cu mulți ani în urmă, într-o sală de expoziții din Roma, o femeie nud, însărcinată, pe al cărei pîntece mișunau gîndaci. Tot „cazuri“ mai vechi sînt și următoarele: la una din edițiile celebrei expoziții „Documenta“ din Kassel, italianul Vettor Pisani a expus-o pe sora sa, complet dezbrăcată și legată cu un lanț în jurul gîtului, asupra căreia el practica o „falsă tortură“ deasupra unei răni pictate pe antebraț. Austriacul Hermann Nitsch a închiriat, în perioada 1968—1972, un castel din împrejurimile Vienei, în care a organizat un „Orgien und Mysterien Theater“ — „Teatrul de orgii și mistere“. În cadrul spectacolelor se proceda la ucideri rituale de miei și viței, cu ale căror intestine puteau fi înolăciți spectatorii. Se prevăzuseră pînă și canale prin care singele trebuia să se scurgă. Exemplele prezentate sînt evocate de către Gillo Dorfles

în volumul *Dal significato alle scelte* (1973). Lumea este pusă evident în încurcătură prin atributul de artă acordat de către critica de specialitate unor atari producțiuni. Ce pot să însemne niște gândaci mișcându-se pe pîntecele unei femei însărcinate decît o cumplită profanare a maternității, o renegare a condiției umane? Ce pot să însemne niște intestine de miel sau vițel cu care sînt înolăciți spectatorii? Mai poate fi considerată aceasta artă?

Tot Gillo Dorfles reproduce în cartea sa fotografia unei figuri umane construite din pastă de pîine, lucrare aparținînd lui H. Job și intitulată *Metamorphosis*; lăsată să se descompună în aer liber, cu ajutorul ploii și vîntului, pentru a sugera, probabil, condiția efemeră a omului pe pămînt.

Comentînd atari manifestări, specifice unor direcții ale avangardei artistice occidentale de astăzi, Umberto Eco (1932), într-un număr mai vechi din revista italiană „*Espresso*”, arăta că se merge de fapt spre distrugerea operei și negarea însăși a conceptului de artă.

Care sînt principalele direcții avangardistice de după 1960 urmărind negarea conceptului de artă, negarea artei așa cum au impus-o mileniile de cultură, și așa cum nevoile spirituale ale oamenilor din toate timpurile au consacrat-o?

Prima, în „ordine istorică”, dintre aceste direcții ar fi aceea intitulată *l'Art pauvre* („Arta săracă”). Ea urmărește „reabilitarea estetică” a unor elemente din natură, a unor resturi alimentare, a unor reziduuri industriale, prin desemantizarea lor, adică prin dezgolirea de conținutul practic sau de alt ordin, pe care obiectele îl posedau înainte de a deveni opere de artă. Iată o mărturisire a lui Yannis Kounellis: „Voi lua o barcă cu pinze de la mare și o voi transporta pe un lac alpin, pictînd-o în negru”. O altă mărturisire a lui Jan Dibbets (citată de Umberto Eco): „Eu caut, în mod conștient, o formă de artă nelegată de tradiție, în cadrul căreia opera este mai puțin importantă decît cercetarea ... Nu fac opere de artă eterne;

ofer numai informație vizuală”. Umberto Eco se întreabă ce propun publicului spre cumpărare artiștii reprezentînd direcția *l'Art pauvre*. Răspunsul: tot felul de obiecte, cînd acestea nu sînt netransportabile — tuburi de pastă de dinți, compuse în formele cele mai bizare, „bigudiuri desemantizate”, jucării rezolvate „poetic” în sensul că nu funcționează și nu slujesc copiilor.

Spre deosebire de *l'Art pauvre*, *Land Art* („Arta cîmpului”), avîndu-i ca reprezentanți pe Dennis Oppenheim, Y. Christo, Richard Long etc., preconizează intervenția asupra peisajului natural în vederea ordonării lui artistice. Christo a împachetat cu folii de material plastic și sfoară o porțiune din litoralul australian, oferînd un spectacol asemănător cu cel selenar sau de pe o altă planetă, pînă cînd vîntul și ploile i-au distrus „opera”. Reprezentanții *Land Art*-ei propun spre achiziție numai schițele, proiectele sau fotografiile operei lor, întrucît operele devin indetașabile.

Direcția *Narrative Art* („Arta narativă”) își propune să prezinte secvențe fotografice sau adunături de obiecte, cu implicații într-o biografie determinată, comportînd și un oarecare comentariu scris — o legendă.

Environmental Art („Arta mediului înconjurător”) grupează experimentele tinzînd la construirea unui ambient artificial, în cadrul căruia efectele de lumină sînt exploatate în sensurile cele mai neașteptate.

Conceptual Art („Arta conceptuală”) urmărește să demonstreze că important nu este atît obiectul privit, cît procesul prin care se ajunge la reprezentarea lui, schema lui conceptuală. Ian Wilson „scrie” la mașină o suprafață albă. „Aceasta reprezintă o discuție” — ne mărturisește artistul; Joseph Kosuth expune trei scaune — unul adevărat (obiectul comun), altul desenat (obiectul artistic), iar al treilea, definiția verbală a scaunului. Se propune spre vânzare piesa-unicat, semnată de artist.

Body Art („Arta corpului“) apelează la corpul uman ca materie de experiment. Corpul uman este văzut fie ca obiect pe care se efectuează diverse intervenții cu scop desemantizant, fie ca subiect care se mișcă într-un spațiu și creează evenimente. Gina Pane s-a expus pe sine, în *Acțiune postumă* (1974), cu viermi pe față. Vitto Acconci s-a expus, tot pe sine, privindu-se în oglindă: „Nu pentru a mă privi, ci pentru a mă vedea pe mine însumi în relație cu acea persoană anume (din oglindă) căreia de multă vreme îi port interes“. Altcineva expune un film în care se văd toate vibrațiile unui stomac uman pe care apasă un pietroi. Un reprezentant al acestei direcții s-a expus, de asemenea, pe sine, însoțit de o pancartă având scris doar atât: „Priviți-mă și gata“.

4. Ocolirea dificultăților poate constitui doar o „rezolvare“ de moment

Astfel, în secolul XX tinde să se impună ca generală convingerea că a fi artist e ceva foarte relativ, că drept artă poate fi acceptat, la un moment dat, lucrul cel mai neașteptat, indiferent dacă este frumos sau urit, plăcut sau neplăcut, logic sau absurd, durabil sau efemer, executat manual sau industrial. H. W. Janson, profesor la Universitatea din New York, rezumă foarte bine, în *Introducere la principala sa scriere, History of Art* (1964), complexul de dificultăți întâmpinate astăzi atunci când cineva încearcă să clarifice de unde începe și unde sfârșește arta: „Prin ce această lucrare se dovedește operă de artă? Întrebarea este pusă adesea, poate chiar de noi înșine, în fața unora dintre acele forme stranii și neliniștitoare întâlnite câteodată în muzee sau expoziții. Ea denotă oarecare exasperare, prin faptul că nu noi am recunoscut-o ca atare, ci experții — criticii de artă, muzeografil, istoriografii. Altminteri de ce ar fi prezentat-o publicului? Apare limpede că

experții au criterii mult diferite de ale noastre, pe care noi nu le înțelegem și de aceea ne-ar plăcea să dispunem de o regulă simplă și precisă, folosită ca platformă... Atunci poate am învăța să apreciem ceea ce vedem și am ști «prin ce aceasta este artă». Însă experții nu formulează reguli exacte, iar profanul se retrage, din instinct, pe ultima sa linie de apărare: «Ei bine, eu nu mă pricep deloc la artă, dar știu ce-mi place»*.

Dificultatea de a înțelege ce este arta se amplifică dacă avem în vedere și formele utilizate produse industriale, care astăzi, în absența efectelor de decoratiune și ornament, ca simplă geometrie, sînt în măsură să „placă“ oricărui posibil cumpărător. În condițiile experienței curente se întîlnesc uneori cazuri aberante. Omul afirmă, fiind pe deplin convins, că design-ul este o artă. La întrebarea dacă frigiderul, aspiratorul, automobilul, avionul pot fi considerate opere de artă, el răspunde însă, hotărît: nu! Cum să te mai descurci? Esteticienii partizani ai ideii că astăzi orizonturile artei trebuie reconsiderate, extinzîndu-le pentru a include și situații estetice noi, încearcă să se justifice în lumina diferitelor tipuri de clasificare pe care ni le propun: arte manuale, arte industriale, arte consacrate, arte virtuale etc. Ilustrative ni se par studiile: *The Arts and their interrelations* de Thomas Munro (1897—1974)** și *Morfologia iskusstva* (1972) de M. S. Kagan (n. 1921)***. Din păcate atari încercări nu reușesc să convingă. După cum s-a mai arătat, disociația pe care estetica din trecut a operat-o consecvent a fost aceea dintre artă și natură; formele naturale, oricît de frumoase, grațioase sau sublime, nu au fost acceptate decît metaforic drept opere de artă. Domeniul artei a fost recunoscut totdea-

* H. W. Janson: *Histoire de l'art*, Paris, Somogy 1964, pag. 9.

** Thomas Munro, *Artele și relațiile dintre ele*, București, Ed. Meridiane, 1981. (vol. I și II).

*** M. S. Kagan, *Morfologia artei*, București, Ed. Meridiane, 1979.

una ca înglobînd numai formele ce rezultă din acțiunea conștiință a omului asupra unui material inert, în scopul restructurării acestuia potrivit principiilor ordinii, armoniei, echilibrului și vizînd prin aceasta — spuneau grecii — perfecțiunea. Distincția dintre artă și natură nu o acoperă însă complet pe cea dintre artă și non-artă. Mai există și alte aspecte ce trebuie avute în vedere. Definind arta ca intuiție lirică, Benedetto Croce o delimitează atît de celelalte forme ale „producției spirituale”, cît și de formele „producției materiale”. O delimitează însă prin negație: arta nu este filosofie, arta nu este istorie, arta nu este știință a naturii, arta nu este joc al imaginației, arta nu este didacticism și nici oratorie, arta nu este morală, nu este producție ș.a.m.d. Arătînd ce nu este arta, Croce nu ne spune nimic mai mult decît că ea constituie o intuiție lirică sau „intuiție pură”.

Astfel trebuie înțeleasă frecvența cu care problema relației dintre artă și non-artă revine în cadrul diferitelor studii contemporane de estetică și teorie a artei, ca și tot mai numeroasele considerații, citeodată chiar foarte ample, pe marginea conceptului de artă. Cu simplu titlu de exemplu, ne referim la *Neartă-artă* (București, vol. I, 1982, vol. II, 1985) de Ion Ianoși, *l'Art et le non-art* (Paris, 1970) de Joseph Émile Muller și *l'Art: pour quoi faire?* (Paris, 1970) de Michel Ragon.

Ion Ianoși insistă asupra necesității de a delimita „nearta” de artă, pornind de la experiența comună spre experiența estetică.

Joseph Émile Muller semnaleză, ca și H. W. Janson, dificultatea publicului modern al artei de a înțelege sensul unor manifestări din perimetrul mișcărilor artistice de avangardă care și-au propus, pe rînd, recuperarea estetică a formelor deja fabricate — *ready-made* —, recuperarea deșeurilor, recuperarea formelor neînsușite din natură, recuperarea formelor vii, inclusiv a corpului uman, devenit astfel operă de artă, printr-un minim de intervenții de ordin

vizual. El se referă la numeroase manifestări care au avut loc în Europa și America pînă în preajma anilor '70.

Michel Ragon se întreabă ce sensuri poate avea arta astăzi, într-o lume dominată de valorile științei și ale tehnicii, într-o lume preocupată să-și asigure acel confort la care poate avea acces fiecare, potrivit posibilităților materiale de care dispune, cu ajutorul obiectelor funcționale produse industrial. Mai este oare astăzi arta necesară? Nu cumva vremea ei a trecut, esteticul afirmîndu-se acum la nivelul altor tipuri de forme decît cele artistice, cum ar fi formele produse industrial? Nici din cartea lui Ragon și nici din cea a lui Muller nu se desprind concluzii clare. Ambii autori francezi se mulțumesc să semnaleze dificultățile înțelegerii naturii și rostului artei în lumina actualelor fenomene de civilizație.

5. Ce putem, totuși, reține?

Conștiința de dificultățile disocierii artei de non-artă în condițiile lumii de astăzi, indiferent dacă avem în vedere cazurile de alienare a artei de propria sa esență, prin acea îndepărtare de aspirațiile și idealurile cu semnificație superioară ale oamenilor, cum se întîmplă cu arta de avangardă, sau prin concesii făcute spiritului gregar, idilismului, dulcegăriei, cum se întîmplă cu toate acele manifestări ce au succes la marele public, dar care se situează în vecinătatea sau chiar în sfera Kitsch-ului, este firesc să căutăm o cale de evitare a confuziilor. La nivelul experienței curente, chiar dacă nu există conștiința clară a ceea ce un termen sau altul ar trebui cu adevărat să desemneze, pot fi sesizate cu ușurință două categorii mari de situații: cele care pot fi acoperite — cu sau fără rezerve — prin conceptul general de artă, astfel cum ni se impune în lumina manifestărilor pe care le tute-

lează principalele instituții specifice — muzee, săli de expoziție etc. — și cele care, oricât am forța nota, nu pot fi acoperite prin conceptul general de artă fără a ne contrazice sau a ne exprima pleonastic. Nu e oare firesc să încercăm a ne „descurca“ pornind de la recunoașterea acestui adevăr?

V

DESPRE EXPANSIUNEA CONTEMPORANĂ A FRUMOSULUI

Constituie o realitate evidentă astăzi ampla expansiune a frumosului în aproape toate sferele vieții umane. Pretutindeni intervine problema unui plus de frumusețe care se cere instaurat. Pretutindeni intervine problema formelor capabile ca, dincolo de eventuala lor destinație practică, să încinte privirea, să se impună drept „plăcute“. Ni se par astfel semnificative și pe deplin actuale mărturisirile lui Ugo Spirito (1896—1979), un nume de prestigiu al filosofiei italiene din ultima jumătate de veac, publicate sub titlul *Arte nel mondo della scienza e della tecnica* și incluse în culegerea *Arte e cultura nella civiltà contemporanea*. „Astăzi preocupările de ordin estetic se extind asupra tuturor aspectelor vieții, începând de la cele comune, ale îmbrăcăminteii personale și ale amenajării cu gust a locuinței. Un apartament de astăzi, chiar pentru familiile cele mai modeste, e «custodit» integral cu grijă și nu doar în partea sa mai expusă persoanelor străine. Atenția ne e atrasă și de ceea ce altădată era considerat drept element secundar, accesoriu și, într-un fel, spațiu inferior. Baia și bucătăria sînt astăzi ambiente în care dorința de confort se unește intrinsec cu cea de frumusețe. În conceptul de confortabil e tot mai mult inclus astăzi și ceea ce poate satisface ochiul. Același lucru s-ar putea spune și

despre lenjerie și igiena corporală. Se insistă pe detaliu, pe armonia culorilor, pe disponerea și complementaritatea diferitelor obiecte. Conceptul de ornament e totdeauna mai puțin reținut ca fără utilitate sau extrinsec. E de ajuns să ne gândim la nevoia tot mai mare de terase și verande. Casa comodă și casa frumoasă tind a deveni sinonime în aspirația spre mai bine.

Un alt aspect foarte simptomatic al accentuării sensului estetic al societății de astăzi e de a se recunoaște în cantitatea de timp care se rezervă diferitelor experiențe artistice. Într-o lume al cărei ritm de dezvoltare este atât de rapid, cum ne apare lumea actuală, ar trebui să ne așteptăm la o reducere progresivă a timpului destinat satisfacției estetice și, dimpotrivă, e ușor să constatăm cum orele care în fiecare zi sunt folosite într-o atare direcție cresc ca număr, din an în an și în toate straturile sociale. Să ne gândim, de exemplu, la locul pe care spectacolul îl are astăzi în viața fiecăruia. Sunt ore întregi consacrate spectacolului, de la cel de cinema la cel de televiziune, de la radio la expoziție etc. Iar dacă ne gândim la educația muzicală a noilor generații, în raport cu cea din trecut, ajungem la concluzii și mai edificatoare. Altădată, experiența muzicală era limitată la concertul fanfarelor care se produceau în piețele publice, la unele spectacole de operă lirică, la sonatele executate la pian de domnișoarele de familie. Astăzi trăim cu muzică de dimineața pînă seara: picup, radio, televiziune, concerte. O mică discotecă face parte din patrimoniul curent.“*

După cum e și firesc, fenomenul expansiunii contemporane a frumosului tentează la formarea celor mai diverse presupoziii. Fiecare situație reținând atenția noastră prin forme ce-și găsesc anevoie „corespondențe“ în trecut poate fi interpretată ca indiciu pentru ceea ce viitorul este în măsură să ne rezerve. Se dovedesc astfel

* Ugo Spirito, *Arte e cultura nella civiltà contemporanea*, Firenze, Sansoni editore, 1966, pp. 25—26.

caracteristice pentru vremurile pe care le trăim stările de spirit stînd sub semnul întrebării: „Ce se va întîmpla mîine?“. În mod normal, multe dintre fenomenele actuale incipiente urmează a se prezenta mîine la niște dimensiuni și proporții incomparabil mai mari. A le anticipa „cursul“ devine întotdeauna ispititor din acest punct de vedere, îndeosebi pe fondul acelei nevoi de certitudine specifică lumii actuale.

Trei sînt categoriile mari de forme vizuale în sensul cărora viitorul se pretează, pe atari temeieri, la a fi investigat: categoria formelor cu „statut“ de operă, categoria formelor cu „statut“ de obiect, categoria formelor cu „statut“ de imagine.

1. Expansiunea contemporană a frumosului prin intermediul formelor din sistemul artei

Prima categorie înglobează formele din sistemul artei. E dificil de apreciat dacă se poate vorbi despre o expansiune a frumosului la nivelul tuturor formelor din sistemul artei. La prima vedere, am fi înclinați să spunem „nu“. Există, pe de o parte, marile tezaur de artă al popoarelor și al civilizațiilor care au precedat-o pe cea prezentă. Expansiunea frumosului din perspectiva a ceea ce a fost creat cîndva e mai greu de conceput. Există, pe de altă parte, creația artistică prezentă. Aceasta însă stăruie mai mult la nivelul altor resorturi ale esteticului decît cele care privesc frumosul.

Ce viitor putem prevedea artei din perspectiva unor manifestări atât de contradictorii cum sînt cele la care am putut deja să ne referim? Supozițiile formulate pînă acum se pretează la a fi clasificate în: „pesimiste“ și „optimiste“. Cele „pesimiste“ par mai seducătoare, avînd precedente celebre, cum este ipoteza hegeliană cu privire la „sfîrșitul istoric al artei“. Nu puține sînt studiile contemporane (la unul din Congresele internaționale de estetică a figurat

chiar o secțiune intitulată „Moartea artei“) ce abordează viitorul artei sub un atare aspect. Toate ipotezele pesimiste au la bază ideea că în condițiile lumii viitoare arta — cel puțin așa cum ar fi cunoscută o secolele și mileniiile precedente — ar putea să nu mai aibă șanse de afirmare. Frumusețea rece a formelor produse cu mijloace mecanizate, la scara marilor serii industriale — bineînțeles străine tuturor atributelor recunoscute artei de condiție clasică — pare a fi cea căreia-i aparține viitorul. Un istoric și critic de artă iugoslav, Otto Bihaly-Merin, a publicat, în urmă cu vreo cincisprezece ani, o carte tulburătoare, intitulată *La fin de l'art à l'ère de la science* (Paris, 1970). Otto Bihaly-Merin pornește de la analiza unor manifestări artistice contemporane care, la prima vedere cel puțin, nu pot fi puse în relație cu tradițiile artistice recunoscute, căutând a le desluși semnificațiile. După cum s-a văzut, în contextul unora dintre mișcărilor avangardiste actuale întâlnești câteodată și manifestări pe care-ți este foarte greu, dacă nu imposibil, să le accepți ca artă. E adevărat că în ultimul veac atît marele public, cît și unii specialiști au fost deseori nevoiți să recunoască faptul că s-au înșelat refuzînd a recunoaște, dintru început, valoarea unor creații pe care arta le-a recuperat ulterior fără dificultate. Primele îndoieli le-au stîrnit impresionistii. Contestînd spiritul academist și eclectic specific unei bune părți din arta europeană de după 1850, artiștii impresionisti puneau accentul pe spontaneitatea și libertatea actului de creație. Au urmat apoi, tot în calitate de contestatari zgometoși, futuristii. De data aceasta, se preconizează „debarasarea totală de subiect“, „în scopul de a putea exprima virtutea vieții moderne, — o viață de oțel, de fierbere, de orgoliu și viteză nebună“ — după cum proclama însuși manifestul din 1910. În consecință, futuristii preconizează necesitatea distrugerii materialității corpurilor, prin mișcare și lumină. Cubismul își face un adevărat program din recompunerea cu ele

mente plastice a formelor, astfel încît subiectul să nu mai poată fi recunoscut pe linia a ceea ce sîntem obișnuiți a vedea. Dadaismul impune convingerea că forma capabilă să impresioneze privirea constituie rezultanta unor forțe care conlucrează accidental, neputînd fi controlate. Sub influența teoriilor lui Freud, suprarealismul pune accentul pe rolul inconștientului în procesul de descoperire a formei. Spontaneitatea aparentă este cultivată cu pasiune și în cadrul expresionismului abstract de diferite nuanțe. Totuși, de cele mai multe ori, după momentele de nedumerire sau chiar de scandal au urmat cele de înțelegere și recuperare artistică a producțiunilor reprezentînd fiecare din mișcările amintite. Pe rînd, sînt descoperite posibilități de filiație și legitimare culturală pentru un artist sau altul, pe linia unor tradiții ignorate pînă atunci. Publicul de cele mai diverse categorii îndrăgește astăzi pictura impresionistă, consideră cubismul drept etapă importantă în dezvoltarea artei moderne, e convins că arta suprarealistă vizează resorturi ale existenței noastre ce nu pot fi sondate pe altă cale. Nici un om de bună-credință nu mai poate concepe acum istoria artei fără să țină seama de faptul că pictura sau sculptura abstractă constituie o realitate consacrată prin opera unor mari artiști. Distanța mare dintre mișcările artistice de avangardă antebelice și cele postbelice obligă însă astăzi la un atent tur de orizont. Devine imposibil de găsit vreun precedent istoric pe care să-l ai în vedere atunci cînd cauți să vezi cum s-ar putea legitima drept artistice unele dintre manifestările ce „scandalizează“ astăzi. Și Otto Bihaly-Merin, în *La fin de l'art à l'ère de la science* și Joseph Émile Muller în *l'Art et le non-art*, și Michel Ragon în *l'Art: pour quoi faire?* insistă asupra faptului că în condițiile unora dintre manifestările avangardiste contemporane aproape totul poate deveni artă. Artiștii care le reprezintă și-au făcut un adevărat program din a

recupera și consacra materiale considerate anterior ca fiind incompatibile cu condiția artei, anumite obiecte produse industrial (*ready-made*), anumite forme vii, inclusiv corpul uman, anumite produse rapid dezagregabile sau alterabile.

De obicei manifestările de tipul celor la care ne referim stau sub semnul altor categorii estetice decât cele pozitive — frumosul, grațiosul, sublimul.

Dacă se pretinde că acesta este drumul pe care arta trebuie să-l urmeze în general, avangarda deschizându-l doar, nu e firesc să te îndoiești că arta mai are vreun viitor? „Dacă“ se dovedește aici totuși cuvântul-cheie, pentru că nu e obligatoriu să conferi sens de autentică avangardă unor manifestări care se impun prin sfidarea totală a experiențelor artistice precedente și nici să consideri că drumul indicat de ele este cel pe care arta trebuie să-l urmeze.

Prin comparație cu „pesimiștii“, „optimiștii“ prezic artei, în ciuda atîtor manifestări contemporane derutante, un viitor „fericit“, adeseori idilic și naiv de simplu.

Dincolo însă de toate iluziile posibile este incontestabil faptul că îmbunătățirea condițiilor de confort, creșterea gradului general de bunăstare, caracteristice ultimelor două veacuri, au determinat, în ultimă instanță, și o anume expansiune a artei. Rețeaua instituțiilor artistice tradiționale — săli de expoziții, muzee, teatre, săli de concerte etc. — s-a extins extraordinar de mult în ultimul secol, accesul oamenilor la artă devenind astfel mai larg. Ameliorarea posibilităților de deplasare pe marile distanțe a fost în măsură să contribuie, treptat, și ea, la democratizarea acestui acces. Fenomenul contemporan al turismului, cu amploarea extraordinară pe care a căpătat-o — mai ales după 1950 — poate fi invocat ca exemplu. Timpul liber mai mare, de care oamenii au ajuns treptat să dispună, se cere și el reținut în același sens. Omul de astăzi are mult mai mult răgaz pentru artă decât în trecut.

Alături de arta care poate fi întâlnită în sălile de expoziție, în muzee, în sălile de spectacol sau de concerte intervine și problema monumentelor orașului modern, a valorilor estetice afirmate prin intermediul noii arhitecturi, a formelor artistice decorative, ca și a picturii, sculpturii sau graficii întâlnite, tot mai mult, în spațiul cu destinație de locuințe și reședințe, ca rezultat al creșterii gradului general de bunăstare a populației.

Fenomenul modern al lărgirii orizonturilor artei, atît prin diversificarea formelor de manifestare a acesteia, cît și prin diversificarea formelor de pătrundere a ei în viața oamenilor, cu greu mai poate fi astăzi contestat. El merită, desigur, mult mai multă atenție decât putem să-i acordăm aici.

Reținînd, aşadar, că despre actuala expansiune a frumosului nu se poate vorbi fără a ține seama și de fenomenele intervenite în ceea ce, printr-o formulare aproximativă, am putea numi lumea artelor, să ne ocupăm de celelalte două direcții, cu profunde implicații în întreaga problematică a studiului nostru. Ele privesc tocmai cazul frumosului situat dincolo de artă.

2. Expansiunea contemporană a frumosului prin intermediul formelor cu „statut“ de obiect — industrial sau artizanal

Mai întîi ne vom ocupa de obiectele la nivelul cărora poate fi sesizat actualul fenomen de expansiune a frumosului. Cazurile care ne interesează cu precădere sînt cele ale obiectului industrial și ale obiectului artizanal.

Producția de obiecte cu destinație diversă, avînd funcții utilitare, simbolice, culturale sau pur estetice, a depășit în secolul XX previziunile cele mai îndrăznețe ale economiștilor și sociologilor din trecut. Practic, obiectele ajung astăzi să subjuge pe fiecare, într-un mod foarte subtil. Muncești atît pentru a-ți asigura traiul, cît și pentru a putea cumpăra un obiect sau altul,

care nu neapărat îți trebuie, dar consideri că ți-ar sta bine ori nu ar fi neplăcut să-l porți. Numeroși gânditori au insistat asupra fenomenului la care ne referim, reținând că el constituie unul din mobilurile fenomenelor de alienare a omului în condițiile lumii contemporane.

Am ajuns să ne definim mai puțin în lumina faptelor săvârșite, a acțiunilor sociale, politice, morale, culturale întreprinse, în lumina efortului de a gândi în legătură cu ceea ce întreprindem, decît în lumina obiectelor ai căror posesori sîntem sau ne-ar place să fim. Principalele activități umane creatoare de valori urmăresc preponderent producția de obiecte. Timpul liber al omului e în mare măsură structurat în sensul relației individului cu obiectele pe care le posedă sau de care este înconjurat. Apare problema unui adevărat cerc vicios. Producția de obiecte determină proporțiile „consumului”; la rîndul lui, „consumul” condiționează ritmul și volumul producției. În toate cazurile, însă, obiectul a ajuns să prezinte nu doar interes utilitar, ludic, cultural, ci și *estetic*. În anumite privințe, acesta din urmă chiar primează. Între un obiect și altul, se va opta întotdeauna pentru cel care — satisfăcînd trebuințele mele — reușește să încînte în același timp privirea, să „placă”, să fie pe gustul nostru.

Principala condiție a oricărui obiect este astăzi aceea de a satisface o anumită trebuință concomitent cu a plăcea, la nivelul simplei sale contemplări. Nu o dată s-a insinuat că lumea obiectelor, ajunsă într-un asemenea stadiu, tinde a eclipsa și izgoni arta, care caută cîteodată, dimpotrivă, să se îndepărteze de mulțimile umane, sfidînd gusturile lor, sfidînd aspirațiile și idealurile lor sau, oricum, acomodîndu-se mai greu cu ele. Pe de altă parte, forma artistică, tocmai în virtutea condiției sale de unicat, tocmai în virtutea acelei originalități care îi asigură capacitatea de a genera spectacol, impunîndu-se ca *performanță* — pe linia efortului de a modela un anumit material — și *descoperire* de sensuri și

semnificații superioare, nu poate fi, se înțelege, decît „scumpă”.

Ca univers de prezențe rare și scumpe, inaccesibile în mod curent omului de rînd, arta și-a găsit locul, încă din vechime, doar în spațiile publice importante, acolo unde aceeași formă putea fi contemplată de foarte mulți oameni, de generații succesive, așa cum erau în antichitate templul, în evul mediu catedrala, curțile regale și senioriale, piețele din incinta urbei. Mai tîrziu, au apărut muzeele și sălile de expoziție. Întotdeauna a trebuit să dispui de posibilități materiale excepționale, de un confort ieșit din comun pentru a fi în situația să te bucuri de artă la domiciliu. Atunci însă locuința aproape că devine o instituție. Desigur, în secolul XX, pe linia gradului sporit de bunăstare, de confort la care ajung oamenii să aibă acces, ca și pe linia unor facilități de care ajung să beneficieze artiștii, prin apariția de noi materiale și mai ales de noi tehnologii ce permit un randament sporit în procesul de prelucrare a materialului din care urmează a fi obținută forma, lucrurile s-au schimbat într-o oarecare măsură. Astăzi mai mult decît în trecut arta poate fi înțilnită și la domiciliul oamenilor, dar nu pe măsura iluziilor ce și le făceau scriitorii și filosofi din secolul trecut, anticipînd un viitor eminamente estetic.

Prin comparație cu procesele de expansiune a frumosului prin intermediul formelor artei, cele de expansiune a acestuia prin intermediul obiectelor — majoritatea de proveniență industrială — sînt mult mai lesne de remarcat. Astfel ne-am putea explica numărul mare de studii — sociologice, antropologice, psihologice —, importanta cantitate de esee închinată relației omului modern cu obiectele de care este înconjurat sau tinde să se înconjoare tot mai mult. Deja în 1929 José Ortega y Gasset remarcă, în *Rebelion de las masas*, tentația acumulării nejustificate de obiecte, ca expresie a simplei plăceri de a le avea. După ultimul război mondial,

însă, toți cei care au încercat să analizeze diferite resorturi ale așa-zisei societăți de masă au insistat asupra faptului că viața omului de astăzi nu poate fi înțeleasă ignorând tentația pe care o exercită permanent, asupra fiecăruia, obiectele de care s-ar putea înconjura sau pe care le-ar putea poseda în vederea satisfacerii diferitelor trebuințe sau simplei aspirații de a poseda un lucru fără să aibă neapărat nevoie de el. Jean Baudrillard, un sociolog francez, autor al unei cărți mai vechi de mare succes (*La société de consommation*), observa, pe bună dreptate: „Conceptele de *mediu înconjurător* și *ambient* sînt în vogă doar din momentul în care noi trăim, în fond, mai puțin în proximitatea altor oameni, în prezența lor, în discursul lor, decît sub privirea mută a obiectelor ascultătoare și halucinante, care ne repetă mereu același discurs, acela al puterii noastre impietrite, a abundenței noastre virtuale, a absenței noastre unii față de alții. După cum copilul crescut printre lupi capătă deprinderi de lup datorită faptului că a trăit între lupi, tot așa ajungem și noi să ne tratăm unii pe alții drept obiecte. Trăim timpul obiectelor; vreau să spun că noi trăim în ritmul și după succesiunea lor neîncetată. Noi sîntem cei ce le privim cum se nasc, cum se împlinesc și cum «mor», pe cînd în toate civilizațiile anterioare obiectele, instrumentele sau monumentele perene erau acelea care supraviețuiau generațiilor de oameni.“*

Lucrarea cea mai răscolitoare rămîne însă, fără îndoială, *Future Shock*** . Pentru Alvin Toffler (n. 1928) se impune ca definitorie, în raport cu viitorul omului, complexitatea relațiilor acestuia cu extraordinara rețea de obiecte — trebuitoare sau nu, dar comportînd totdeauna și o dimensiune estetică — în contextul căreia e

* Jean Baudrillard, *La société de consommation*, Paris, S.G.P.P., 1970, pag. 17.

** Alvin Toffler, *Șocul viitorului*, București, Ed. Politică, 1973.

condamnat să existe. Toffler crede că omul contemporan nu întotdeauna se dovedește suficient pregătit să trăiască în condițiile noii realități, unde obiectul condiționează, în modul cel mai neașteptat, existența individului, trebuințele sale, aspirațiile sale. Cîteodată, a trăi în condițiile acestei realități implică un adevărat șoc psihic, de pe urma căruia nu puțini indivizi se resimt. Ei vor apărea atunci ca dezorientați, ca persoane ce nu-și găsesc rostul și nici locul în lumea prezentului și, cu atît mai mult, în cea a viitorului.

Și Erich Fromm (1900—1980), cu experiența sa de psihiatru, sociolog și filosof prestigios, semnalează, în *To Have or to Be* (New York, 1977) că, cel puțin în condițiile lumii actuale, omul ajunge să aibă relații cu obiectele, produse ale propriei sale munci, mult mai complexe decît în trecut. Fromm se concentrează asupra egoismului și altruismului, înțelese drept cele două „deschideri“ fundamentale ale caracterului uman. El consideră că omul de astăzi a ajuns în situația de a trăi, la niște dimensiuni imposibil de imaginat altădată, dilema dintre *a avea* și *a fi*. Este citat în acest sens Marx, care spunea: „Cu cît ești mai modest, cu atît îți exprimi mai puțin propria-ți viață; cu cît ai mai mult, cu atît viața îți este mai alienată“.

Erich Fromm e de părere că se impune reconsiderarea ideii potrivit căreia istoria modernă a omenirii nu poate fi concepută decît în sensul unui progres liniar și nelimitat. Progresul material, implicînd ideea de confort mereu ameliorabil, poate fi legitimat doar din perspectiva a ceea ce numim hedonism. Dintr-o asemenea perspectivă, ființa umană ajunge să se definească doar în lumina aspirației de „a avea cît mai mult“, prea puțin interesînd dacă viața de care dispune și-o trăiește așa cum ar trebui sau nu. Erich Fromm nu găsește alt sens nici fenomenului de expansiune contemporană a frumosului decît acela de a spori coeficientul de plăcere încercată în condițiile tipului de confort pe care îl permite actualul stadiu de civilizație. Nevoia de frumusețe

apare deci convertită în nevoia de a simți cât mai multă plăcere, inclusiv la nivelul percepției formelor. E greu, totuși, să fii de acord cu el în această privință. Oare nevoia de a încerca cât mai multă plăcere stă la baza actualului fenomen de expansiune a frumosului, sau nevoia de a asigura existenței umane un sens superior, în conformitate cu principiile armoniei și echilibrului, pe linia veșnicei noastre aspirații spre desăvârșire?

Indiferent însă de semnificațiile ce pot fi atribuite fenomenului de expansiune a frumosului în viața omului de astăzi prin intermediul obiectelor produse industrial, cert este că el constituie o realitate incontestabilă. Pentru a o înțelege se dovedește necesară prezentarea aspectelor mai importante.

Merită atenție, în primul rând, situația obiectului de proveniență industrială cu destinație utilitară, conceput astăzi și pentru a încanta privirea. De la unelte și utilaje până la mobilierul realizat în serie, „tip design“, de la automobil până la scrumieră, totul trădează preocuparea ca obiectul utilitar să se impună și ca „lucru frumos“.

Nu poate fi trecută cu vederea, în al doilea rând, nici situația obiectului ludic. Jocurile au căpătat, și ele, o foarte mare extindere, în condițiile vieții contemporane. Orice s-ar spune, dar a te juca și a încerca satisfacția jocului a devenit semnificativ pentru omul de astăzi. Se joacă nu numai copiii, ci și maturii, iar industria jucăriilor a proliferat enorm. Alături de jucăriile simple, de factură tradițională, au apărut jucăriile mecanice și cele electronice. Jocurile sportive tradiționale au devenit mult mai populare; a le practica astăzi, în funcție de timpul liber avut la dispoziție, nu presupune alte dificultăți decât cele care țin de starea fiziologică a individului și de dispoziția în care se află. Au apărut noi jocuri. Trebuie avută în vedere atât plăcerea de a juca, cât și plăcerea de a asista la joc, pe ansamblu fiind vorba despre mulțimi și mase impresio-

nante de indivizi. Obiectul de joc, care este practic jucăria, echipamentul, în cazul jocurilor sportive, posedă deopotrivă astăzi și o dimensiune estetică.

E dificil de precizat statutul unui tip de obiect, cel mai adesea produs industrial, pe care englezii îl desemnează prin cuvântul *gadget*. După cum remarcă Jean Baudrillard în cartea la care ne-am mai referit, nu există o definiție riguroasă a gadget-ului. Totuși, ceea ce ar defini gadget-ul ar fi inutilitatea lui potențială și valoarea sa combinatorie ludică, fără însă a putea fi asimilat jucăriei, deoarece aceasta are o funcție simbolică. „*Gadget*-ul — notează sociologul francez — se definește, până la urmă, prin practica pe care o ai cu el, care nu este nici de tip utilitar, nici de tip simbolic, ci LUDIC. E ludicul care domină din ce în ce mai mult raportul nostru cu obiectele, cu persoanele, cu cultura, cu odihna, cu munca uneori, ca și cu politica. E ludicul, care devine tonalitatea dominantă a *habitus*-ului nostru contemporan, în măsura exactă în care obiectele, bunurile, relațiile, serviciile devin gadget. Ludicul corespunde unui tip de investiție foarte aparte: neeconomică (obiecte inutile), nesimbolică (obiectul gadget nu are suflet), el constă într-un joc cu combinațiile, în modulație combinatorie — joc pe variante sau virtualități tehnice ale obiectului, joc cu reguli în permanentă inovare, joc cu viața și moartea luate drept combinații ultime în destrucție.“ *

Gadget-uri devin astfel toate acele nimicuri cu care celor mai mulți dintre oameni le place să se înconjoare fără un motiv ce ar putea fi numit serios. Un breloc este gadget, dar poate fi gadget și un pix ce reține atenția atât prin funcțiunile sale diferite de cele curente, cât și prin aspectul său insolit. Gadget poate fi însă și un automobil, de ultimul tip al unei mărci celebre, alături de care deținătorului îi stă bine să-și facă apariția primind nu calitățile funcționale ale respectivului

* Jean Baudrillard, *Op. cit.*, pag. 172.

automobil, ci acelea de ordin vizual. Evident, aici se află implicat, în mod greu descifrabil, și esteticul.

Chiar dacă o definiție scurtă, precisă și universal valabilă a gadget-ului apare ca imposibilă, înțelegerea lui ca obiect situat la granița dintre ludic și funcțional, implicând oarecum și esteticul, obiect produs aproape exclusiv la scară industrială (fără să atingă, totuși, acel prag care antrenează lipsa de interes vizual), ni se pare cea mai potrivită. Este enormă cantitatea de obiecte cu un atare statut, suscitând interesul copiilor ca și al adulților, al oamenilor de categorii sociale dintre cele mai diferite.

Alături de obiectul utilitar, de cel ludic propriu-zis, de gadget, intervine și problema unui obiect cu statut particular, produs însă industrial: obiectul cultural. Cartea, discul, casetele și videocasetele, publicațiile culturale diverse, toate se cer încadrate aici. Modul cum este pus în valoare textul, în condițiile unui anume format — litera, paginația, coperta — ne impune atenției orice carte și ca obiect care se pretează judecății noastre de frumos. Același lucru se întâmplă în cazul discului, ce comportă întotdeauna un anumit ambalaj, a cărui compoziție vizuală poate impresiona plăcut ochiul, sau în cazul publicațiilor de profil și cu caracter divers. Să recunoaștem că și la nivelul unui asemenea tip de obiect trebuie avut în vedere actualul fenomen de expansiune a frumosului.

Diversitatea titlurilor, tirajele mari — în anumite cazuri — ce nu pot fi comparate cu cele din trecut, când posibilitățile tehnice nu permiteau acest lucru, ne sugerează posibile căi în sensul cărora am putea să ne gândim la expansiunea frumosului la nivelul tipului de obiect în discuție.

Paralel cu expansiunea frumosului la nivelul obiectului produs industrial, același fenomen se înregistrează și la nivelul obiectului produs artizanal, cu destinație de asemenea practică, simbolică, ludică sau culturală. Nu la aceleași proporții, bineînțeles, dar din punctul de vedere ce ne in-

teresează, fără a se confunda cu arta, artizanatul, așa cum îl consacră cazurile actuale, se află, oricât ar părea de ciudat, în plin proces de expansiune. Negotul cu formele produse artizanal poate fi apreciat ca înfloritor. Majoritatea obiectelor chemate să asigure confortul modern — nu în condiții de risipă, nu în condițiile tentației de a fi posesorul atât a ceea ce îți trebuie, cât și a ceea ce nu-ți trebuie — sînt produse industrial. Tipul de frumusețe pe care ele îl afirmă se resimte de pe urma acestui fapt. Probabil esteticienii francezi din anii '50 au intuit acest adevăr, distingînd între *frumosul artistic*, *frumosul natural* și *frumosul industrial*. Obiectul este plăcut la vedere, dar lipsit de acea căldură pe care o asigură doar intervenția nemijlocită a făuritorului de forme în material. El încintă doar la nivelul unei originalități relative, pentru că face parte din aceeași serie cu altele. El nu mai mărturisește despre o performanță a omului, ci despre o performanță a mașinii. Aici ar trebui găsite probabil temeiurile acelei nostalgii ce pare a fi resimțită de tot mai multe persoane pentru obiectul produs artizanal, purtător al acelei note de căldură umană, posibilă numai în condițiile relației directe a creatorului cu materialul din care urmează a fi obținută forma, inconfundabil și insubstituibil, ca prezență vizuală. În contextul ansamblului de forme produse industrial, chemate a structura un anumit spațiu, astfel încît să creeze impresia de plăcut, chiar cînd arta este absentă, obiectul artizanal autentic reușește să reducă, la nivelul ansamblului, coeficientul de standard, să impună, oricît de vag, acea notă de căldură ce asigură cadrului respectiv calitatea de ambient uman. Pe de altă parte, ruptura cu tradiția, cu trecutul în general, e atât de evidentă la nivelul unora dintre obiectele produse industrial, încît intervine necesitatea stabilirii unor „punți de legătură“, prin intermediul obiectului de factură artizanală.

Meșteșugarii, organizați în cooperative sau lucrînd pe cont propriu, intuind această necesi-

tate, se străduiesc să o satisfacă, executînd forme îndeosebi în spiritul unora dintre artele decorative și al artei populare, din materiale tradiționale și cu tehnologii tradiționale sau, cîteodată, permițîndu-și unele inovații ce îi pot împinge spre Kitsch.

Viața urbană modernă consacră și anumite activități prin care devine posibilă proliferarea obiectului de tip artizanal diferit de cel al meșterului cu statut profesional recunoscut. E *bricolajul*. Resimțînd absența acelor forme care să neutralizeze, cumva, frumusețea rece a obiectului de tip industrial, ce structurează estetic spațiul locuit, omul încearcă să le creeze singur, neavînd de obicei calificarea necesară, dar străduindu-se să o suplinească prin perseverență, ingeniozitate și acea informație posibilă astăzi fără prea mari eforturi.

3. Expansiunea contemporană a frumosului prin intermediul a ceea ce numim imagine

Lumea obiectelor se cere disociață de cea a imaginilor, întrucît, deși se înrudesce, prezintă, sub aspectele care interesează studiul nostru, probleme diferite.

Deosebirea dintre *imagine* și *obiect* trebuie reținută, după cum s-a mai arătat, în sensul că imaginea constituie întotdeauna reprezentarea a ceva, pe cînd obiectul se prezintă pe sine însuși.

Pe de altă parte, trebuie avută în vedere și realitatea formelor care, fără a putea fi recunoscute ca obiecte fiindcă întotdeauna reprezintă ceva, nu pot fi considerate nici imagini, — e realitatea semnelor vizuale diverse.

Deosebirea dintre *imagine* și *semnul vizual* trebuie reținută în sensul că imaginea constituie întotdeauna o reprezentare bidimensională a ceva existent obiectiv sau imaginat, reprezentare a cărei materialitate reală se dovedește neglijabilă în sesizarea imediată și reținerea informației spe-

cifice formei, pe cînd, pentru semnul vizual nu sînt obligatorii nici reprezentationalitatea formei, nici bidimensionalitatea ei. Semnul vizual își dezvăluie informația — spre deosebire de imagine — în primul rînd la nivelul propriei sale materialități, prin contur, volum, cromatică, structura și textura materialului etc.

Arta ne apare astăzi ca *univers de forme* — pe care le întîlnim în muzee, săli de expoziție, în alte spații arhitecturale interioare cu caracter public, în locuințe, cîteodată în incinta orașului sub forma monumentelor arhitecturale și sculpturale de care acesta dispune — dar și ca *univers de reprezentări mai mult sau mai puțin fidele realității la care fac trimitere*. Reproduserile, diapozitivele, filmele de artă ne obligă să scrutăm atent și acest aspect. Aici prezintă importanță nu forma, ci imaginea, adică modul cum e reprodusă forma artistică.

Apare apoi astăzi problema filmului și a „consumului” contemporan de filme. A apela la cifre ni se pare superfluu. „Consumul” contemporan de filme este, fără îndoială, enorm. El înseamnă, practic, „consum” de imagini care se pretează aprecierii noastre de frumos, iar prin aceasta indică același amplu proces de expansiune a frumosului. Aprecierea de frumos vizează, pe de o parte, calitățile estetice a ceea ce este produs; vizează, pe de altă parte, calitățile reproducerii însăși. Alături de film avem fotografia. Și fotografia se află implicată în amplul și complicatul proces de expansiune contemporană a frumosului. Fotografia științifică, fotografia documentară, fotografia de modă, fără a mai vorbi de cea care se revendică drept artistică — cu saloane organizate anual, ce se bucură de un număr de vizitatori egal cu cel al marilor expoziții de arte plastice — înglobează cazuri în care imaginea, dincolo de orice alt interes pe care-l poate prezenta, se pretează și aprecierii noastre de frumos. Ne permitem, în această privință, să-l cităm din nou pe Ugo Spirito: „Perfecțiunea tehnică atinsă de foto-

grafie, indeosebi după cucerirea culorii, a îngăduit să se facă din aceasta un element central al culturii și al vieții noastre în general. Fotografia tinde să transforme lumea, deplasînd-o tot mai mult dinspre cuvînt spre imagine. Civilizația noastră devine o civilizație a imaginii. Orice aspect al realității, apropiat sau îndepărtat, foarte mic sau foarte mare devine accesibil fiecăruia cu o evidență și deplinătate pe care nici o descriere nu reușește s-o atingă. Fotografia ne permite să apropiem lumea științei de cea a artei — și una și alta putînd deveni accesibile tuturor prin intermediul publicațiilor în alb-negru sau color. Fotografia presupune, în fapt, difuzarea culturii elitelor în masă și, pe atari temeieri, publicațiile periodice prevalent ilustrate sau adesea numai ilustrațiile au ajuns la tiraje fără precedent.*

Prin apariția televiziunii, evident „consumul“ de imagini a căpătat, pentru oamenii de pe toate meridianele, proporții tulburătoare. Indiferent de vîrstă, de formație culturală, de profesiune, milioane și milioane de oameni „consumă“ ore în șir, în fața televizorului, cantități practic incalculabile de imagini. Desigur, ele implică afectiv oamenii și pe plan estetic. Fenomenul a constituit obiectul unor interpretări celebre. Civilizația secolului XX a fost interpretată, pe drept cuvînt, în lumina fenomenelor la care ne referim, și ca civilizație a imaginii. Dacă ne gîndim bine, ajungem la concluzia că noi consumăm zilnic o cantitate enormă de imagini.

În eseistica filosofică din ultima jumătate de secol revine frecvent ideea că principalul sens al „consumului“ aberant de obiecte și imagini este negativ; el indică înstrăinarea omului de natură, de propriile sale idealuri, ajungînd să fie pur și simplu robul tendinței egoiste de a poseda cît mai mult și de a încerca plăcere în mod nelimitat. Nu pot să nu te pună pe gînduri, în acest sens, cărți cum sînt cele ale lui Erich

Fromm, *Escape of Freedom*, publicată deja în 1941, sau *To Have or to Be*, la care ne-am mai referit, *Dialektik der Aufklärung*, scrisă de Max Horkheimer (1895—1973) și Theodor Adorno (1903—1969) în timpul războiului, dar apărută ceva mai tîrziu, în 1946, neuitînd însă nici *Eros and Civilisation* (1955), *One-dimensional Man* (1964) ale lui Herbert Marcuse, pentru a ne referi doar la cîteva dintre lucrările mai semnificative. Ar fi, de bună seamă, interesantă prezentarea problematicii decurgînd dintr-o atare interpretare a expansiunii obiectului și imaginii, în condițiile civilizației actuale. Pe noi ne interesează însă faptul că, în toate cazurile, obiectul și imaginea se înscriu și în sfera esteticului, la nivelul unei „dimensiuni“ care o dublează — nu secondează — pe cea utilitară, culturală, ludică. Pare ciudat, dar, cu toate elementele de adevăr pe care le conțin teoriile referitoare la alienarea omului contemporan în condițiile consumului aberant de obiecte și imagini, nu pot fi ignorate nici sensurile pozitive ale aceluiași fenomen.

Constituie oare tendința de a izgoni pretutindeni din jur urîtul expresia unui fenomen alienant? Indică ea oare îndepărtarea omului de propriile sale rosturi, de propria sa esență sau, dimpotrivă, indică împlinirea lui? Nu începe îndoială, lucrurile sînt mai complexe decît par în absența unei analize temeinice. În structura esteticului însuși întîlnim tendințe contradictorii. Probabil că sfera esteticului trebuie imaginată în sensul unui sistem coerent de opoziții. De multă vreme urîtul a fost recunoscut ca ținînd de sfera esteticului, ca și frumosul. Grotescul, grosolanul, oribilul apar ca termeni de opoziție pentru măreț sau magnific, pentru agreabil, pentru grațios. Din alt unghi de vedere, Kitsch-ul ar putea fi conceput ca principal termen de opoziție, cu sens negativ fundamental, pentru artă, pentru design, pentru celelalte domenii ale esteticului cu semnificații superioare. Din păcate, nici la noi și nici în altă parte lucrurile acestea nu sînt discutate, esteticienii preferînd să „navigheze“ întotdeauna în

* Ugo Spirito, *Op. cit.*, pag. 131.

apele ceva mai liniștite și pe trasee ce au mai fost străbătute.

Ampla expansiune a frumosului, evidentă atît la nivelul manifestărilor și instituțiilor ce legitimează arta în contextul diferitelor culturi naționale, cît și la nivelul producției și consumului masiv de obiecte și imagini constituie un fenomen al prezentului, iar în această calitate necesită o înțelegere lucidă, străină de iluziile pe care sîntem ispitiți să ni le facem despre ceea ce ne interesează în mod deosebit, despre ceea ce formează obiectul simpatiei noastre, despre ceea ce pare a corespunde dorințelor noastre. O atare înțelegere nu este posibilă decît prin permanenta raportare — mai întîi la ceea ce se întîmplă în jur, iar, apoi, la ceea ce s-a „întîmplat“ înaintea noastră.

VI

SITUAȚIILE ESTETICE EXTRA-ARTISTICE

Orice abordare lucidă a actualelor stări de lucruri din sfera esteticului ne obligă să distingem două mari categorii de situații: artistice și extra-artistice. Ambele se legitimează în lumina unor caracteristici evidente.

Situațiile artistice — deși privesc familii distincte de forme alcătuind domeniile, relativ autonome, ale diferitelor arte — prezintă mai multe elemente comune. Formele din domeniul artei constituie, fără excepție, realizări umane stînd sub semnul originalității, obținute printr-o intervenție programată și directă asupra unui material determinat. Formele din sistemul artei se legitimează, înainte de toate, pe linia sentimentelor provocate la nivelul simplei lor contemplări, indiferent de utilitatea ce li se poate, eventual, găsi. Ele își justifică existența numai ca prezențe generatoare de spectacol, aceasta fiindu-le suficient. În calitatea lor de material întotdeauna ordonat ca urmare a unei prelucrări personale, într-un mod inconfundabil și irepetabil, formele din sistemul artei posedă mai degrabă valoare de mărturie ale sensibilității, fanteziei, îndrăzelii și perseverenței umane, decît de produse ce pot fi consumate sau folosite.

Situațiile artistice, diferențiindu-se pe familii de forme în măsură a se raporta unele la altele din perspectiva diverselor grade de înrudire, alcă-

tuiesc, pe atari temeieri, domeniul general al artei. Pentru desemnarea lui există *conceptul de artă*.

Situațiile extra-artistice privesc grupuri mari de forme avînd ca element comun doar faptul că nu pot fi integrate domeniului general al artei, în lumina particularităților ce i le recunoaștem. Dincolo însă de aspectul la care ne referim, situațiile estetice extra-artistice nu posedă nimic comun. Ele pot fi înțelese astfel ca alcătuind domenii estetice de sine stătătoare, situate alături de cel al artei, în cadrul aceleiași sfere a esteticului. Oricum, este limpede că situațiile estetice extra-artistice exclud posibilitatea unei abordări globale, așa cum abordăm pictura, sculptura, grafica, arhitectura bunăoară, în lumina conceptului de artă. Dacă pornim de la recunoașterea acestui adevăr, atunci fiecare domeniu estetic extra-artistic necesită o tratare separată din partea celui ce urmărește să-i surprindă specificul și să-i stabilească limitele.

Desigur, la granițele celor două mari categorii de situații intervin și unele „extensiuni” sau „contaminări” reciproce puțin deruta pe cine nu este atent. Se ajunge greu la înțelegerea dialecticii subtile a fenomenelor ce formează obiectul studiului de față, însă, după părerea noastră, drumul merită parcurs. Latura subiectivă, caracteristică fenomenelor din sfera esteticului, nu este în măsură să ne faciliteze misiunea. Singurele puncte de sprijin — cele care pot fi mai mult controlate — țin de latura obiectivă a acelorasi fenomene și privesc, cu precădere, *formele*.

Formele pot fi, după cum am văzut, „creații” ale naturii sau creații ale omului. Desigur, pentru formele naturale cuvîntul creație este întrucîtva impropriu. *Creația* presupune o intervenție conștientă în material — pentru a-l modela, structura, organiza ca sursă de spectacol în sensul unei anumite intenții. Formele naturale ce comportă aprecierea noastră de frumos apar ca rezultat al unor procese nederijate, adeseori stînd sub semnul întîmplării. Cu această rezervă, să reținem, așadar, distincția între formele avînd statut de

„creații ale naturii” și formele avînd statut de creații ale omului. Estetica tradițională opera, din aceste motive, distincția dintre *frumosul natural și frumosul artistic*. Utilizarea expresiei „creații ale naturii” ne mai obligă și la o altă precizare. Acolo unde nu intervine omul pentru a-i dirija procesele sau forțele, natura „creează” în ritmurile și la dimensiunile ce i-au fost proprii întotdeauna. Nu se poate vorbi, deci, despre o expansiune contemporană a frumosului specifică creațiilor naturii, decît cu prudență și mai mult în sens indirect.

E necesar să avem, în primul rînd, în vedere frumusețea formelor naturale care ne pot fi direct accesibile. O anumită conștiință a valorilor determină astăzi măsurile de ocrotire a naturii — inclusiv pe temeieri estetice. Din perspectiva acestei conștiințe trebuie desluite rosturile marilor rezervații naturale, ocrotite prin lege, ale grădinilor botanice, ale parcurilor zoologice, ai căror vizitatori se numără cu milioanele. Accesul la un atare tip de frumusețe este facilitat astăzi de dezvoltarea extraordinară a transporturilor.

E necesar să avem în vedere, apoi, acea frumusețe a formelor naturale care ne sînt, cel mai adesea, accesibile prin intermediul imaginilor cu statut de fotografii sau reproduceri. Frumusețea lumii subacvatice, de exemplu, nu e accesibilă direct oricui. Prin intermediul filmului și albumului, însă, ea a devenit familiară celor mai diverse pături ale populației.

Un caz aparte îl constituie frumusețea corpului uman. Poate fi semnalat în zilele noastre un adevărat cult al acestui tip de frumusețe, obținută prin respectarea unor regimuri alimentare riguroase, prin gimnastică, prin alte exerciții fizice. Concursurile de frumusețe tip „Miss” sînt expresie, printre altele, tocmai a acestui cult. Chiar în raport cu veșmintele, un corp bine proporționat compune o siluetă generatoare de spectacol, care se pretează aprecierii noastre de frumos cu șanse sporite.

Astfel, pînă și din perspectiva frumuseții formelor naturale, care n-au fost niciodată asimilate artei, se poate vorbi într-o oarecare măsură despre un relativ proces de expansiune a frumosului. Tocmai în virtutea acestui fapt ne permitem înțelegerea formelor naturale, ca alcătuind un domeniu estetic autonom.

Să ne oprim acum asupra frumuseții formelor care se prezintă întotdeauna în calitate de creații umane. În aceeași ordine — întemeiată pe incompatibilitatea lor cu principiile artei — trebuie remarcate, înainte de toate, formele care alcătuiesc domeniul artizanatului. Cel puțin astăzi, artizanatul se prezintă drept „altceva decît artă”. Asta și justifică, de altminteri, utilizarea în paralel a celor doi termeni. Dar ce este artizanatul, prin ce se singularizează? Răspunsul, oricît de dificil ar părea, trebuie totuși căutat.

Nici înlocuitorii tehnici și industriali de artă nu-și au încă un statut bine precizat. De cele mai multe ori sînt tratați ambiguu — cînd confundați cu arta, cînd deosebiți de artă — fără a se preciza însă ce reprezintă. În raport cu artizanatul, ei par a se delimita prin faptul că acesta înglobează exclusiv formele cu statut de înlocuitori de artă obținuți prin tipul de prelucrare manuală. Dar în raport cu celelalte domenii estetice extra-artistice? E greu de ajuns la o înțelegere corectă a înlocuitorilor tehnici și industriali de artă, dacă ne hotărîm să-i tratăm nediferențiat. Există înlocuitori tehnici și industriali de artă — cum sînt diapozitivele și reproducerea — care nu au altă pretenție decît aceea de a referi despre opera în cauză, relatînd-o atît cît posibilitățile lor de expresie o permit. E vorba deci despre niște produse avînd rol de *succedanee artistice*. Nu poate fi ignorată nici o altă categorie de asemenea înlocuitori, poate mai impresionantă decît prima, cu ambiții total diferite. Prin ei se ajunge, de fapt, nu la înlocuirea artei, ci la eliminarea ei. E vorba despre *surogatele artistice*. Ele caută să se impună, aproape fără excepție, prin concurență comercială cu arta, ale cărei atribute

le simulează mai mult ori mai puțin abil la nivelul subiectului, cromaticii etc., putînd fi cumpărate însă la prețuri modice. Succedanele și surrogatele de artă necesită astfel o înțelegere complexă, imposibil de realizat în absența unei investigații sistematice.

Probleme estetice deosebite prezintă astăzi îmbrăcămintea produsă industrial. Chiar și în virtutea faptului că arta constituie altceva decît industria, domeniul îmbrăcămintei realizate la scara marilor serii nu mai poate fi asimilat tradiționalei „arte a costumului”.

Circulă, de mai multe decenii, aproape în toate mediile, termenul englezesc de *design*. La nivelul vorbirii curente el desemnează produsul realizat industrial prezentînd, alături de un anumit interes practic, și un incontestabil interes estetic. Dar, dacă înțelegem design-ul în felul acesta, nu putem evita confuziile. Numeroase forme utilitare, obținute industrial, căutînd să atragă atenția prin decorațiunile sau ornamentele ce le-au fost aplicate, ar trebui considerate, deci, produse „tip design”. În realitate, nimeni nu le consideră astfel. Grupa lor, fie că nu are o denumire, fie că are o denumire aproximativă, dar întotdeauna este exclusă din sfera design-ului. Oricît ar părea de ciudat, nici conceptul contemporan de design nu este încă suficient elaborat.

Dacă artizanatul înglobează formele estetice extra-artistice produse manual, dacă succedanele și surrogatele, la care ne-am referit, înglobează înlocuitorii de artă obținuți pe altă cale decît cea manuală, nu e mai puțin adevărat că intervine și problema unor zone de graniță.

Amenajarea estetică a spațiilor arhitecturale — interioare și exterioare — ar trebui avută în vedere cu prioritate de această dată. Ea presupune atît intervenții pe linia unor forme realizate manual, cît și intervenții pe linia unor forme realizate industrial, urmărind punerea optimă în valoare vizuală a calităților unui spațiu arhitectural — interior sau exterior.

Un important coeficient de esteticitate conțin manifestările sportive, fie prin calitatea de performanță a actului ludic efectuat, fie prin ceremonialul respectat.

Prezintă incontestabil interes spectacolul contemporan al străzii — acel spectacol ce-l oferă vitrinele, reclamele, firmele, panourile publicitare, centrele de afișaj, raportate la masa oamenilor aflați în trecere spre zonele ori centrele de interes cele mai diverse.

S-ar mai cuveni menționate și unele zone cu statut neprecizat încă. Se vorbește uneori despre frumusețea comportamentului uman; se vorbește alteori despre frumusețea actului moral. Constituie atari expresii doar simple figuri de stil, sau reflectă o anumită realitate, care ar trebui atent analizată, pentru a fi înțeleasă bine? Nu ne propunem să insistăm acum și asupra acestor zone.

Obiectul studiului nostru îl constituie doar situațiile estetice extra-artistice având caracter evident și pentru desemnarea cărora, la nivelul vorbirii curente, circulă deja anumiți termeni.

Specific grupului de situații estetice extra-artistice, asupra cărora ne propunem a stăruî, se dovedește faptul că ele țin exclusiv de lumea formelor vizuale.

Situațiile estetice extra-artistice, asupra cărora ne propunem a stăruî, se mai caracterizează și prin faptul că ele presupun astăzi tipul de creator inițiat într-o problematică profesională specifică. Opusul acestui tip de creator ar fi *diletantul*.

Relația dintre *profesioniști* și *diletanți* continuă să preocupe, în vremea noastră, multe spirite. Cu titlul de paranteză, unele disociații pe această temă nu ni se par lipsite de importanță, chiar dacă în structura prezentului capitol pot părea introduse oarecum forțat. Altădată, lumea se dovedea mai conciliantă. Calitatea de profesionist trecea neobservată, ca și cum ar fi fost vorba de ceva de la sine înțeles, atunci când un lucru trebuia făcut sau rezolvat bine. Profesionist vrea să însemne cel care exercită, de regulă, ca urmare a unei pregătiri efectuate, a unei învățături însu-

șite, a unei experiențe dobândite, o anumită activitate necesară din punct de vedere social sau cultural. În sens juridic, profesionist vrea să însemne și cel care este recunoscut prin lege ca fiind în măsură să exercite, datorită pregătirii sale, o anumită activitate necesară social sau cultural.

Diletant vrea să însemne cel care, fără să aibă pregătirea necesară, exercită totuși o anumită profesiune, desfășoară o anumită activitate ce este ori ar putea să fie utilă societății. Diletant se referă întotdeauna la cel care practică o anumită profesiune fără să-și poată dovedi cu acte îndrituirea și competența. De remarcat faptul că două sînt tipurile de activitate care facilitează de obicei diletantismul: cele care sînt în măsură să-i asigure cuiva un plus de prestigiu, o condiție socială privilegiată față de cea pe care o are în prezent și cele care sînt în măsură să satisfacă pasiunea neimplinită a cuiva, sub aspectul accesului la o activitate creatoare. Nu există țărani diletanți și nici muncitori necalificați diletanți; nu există gospodine diletante. Condiția de diletant este, după cum vedem, nemijlocit legată de aspirația spre o poziție socială prestigioasă, poziție ce ar putea fi obținută ca urmare a unei activități depuse chiar fără să existe pregătirea temeinică și recunoscută pentru aceasta.

Cert este că astăzi, ca urmare a accesului tot mai mare pe care vaste categorii de oameni au ajuns să-l aibă la ceea ce numim, îndeobște, timp liber și confort material, diletantismul a devenit un fenomen de civilizație. Pasiunea pentru anumite profesii, pentru anumite activități — mai ales cele avînd caracter creativ — își găsește nebaneuite posibilități de satisfacere în cadrul timpului liber al fiecăruia. Cum termenul de diletant posedă și o nuanță ușor depreciativă, indicînd persoana care încearcă, fără a fi cea mai indicată, să desfășoare o activitate ce presupune cunoștințe, îndemînare și experiență însușite într-un cadru organizat, recunoscut prin lege, s-au căutat „diverse echivalente“ necompromise. Cu asemenea

semnificație utilizăm astăzi în limba română cuvîntul „amator“. Accentul cade, în cazul lui, pe dorința omului de a realiza ceva folositor sub aspect cultural, în sensul aptitudinilor de care dispune, al pasiunii nutrite și al unei învățături însușite în afara instituțiilor școlare consacrate. Mișcarea amatorilor pare a fi devenit, în zilele noastre, după cum am arătat, un adevărat fenomen de civilizație. Pretutindeni în lume pot fi întîlnite diverse organizații de amatori. Dacă, în raport cu valorile culturale, mișcările de amatori se pot justifica pe bază de argumente temeinice, în raport cu valorile utilitare sînt mai greu de legitimat. Pentru a satisface o necesitate strictă, orice lucru trebuie să fie bine făcut. Cine e capabil de așa ceva devine, prin forța împrejurărilor, un profesionist, cu observația că, pentru a deveni capabil de așa ceva sînt necesari ani de perseverență.

Considerînd paranteza noastră încheiată, reluăm încercarea de a disocia situațiile estetice extra-artistice de cele artistice. La prima vedere, faptul că situațiile estetice extra-artistice pot fi confundate cu cele artistice nu pare a prezenta prea mare importanță. Ce se întîmplă dacă vom îngloba formele „tip design“ în domeniul artei? Ce se întîmplă dacă vom considera artizanatul o „varietate inferioară“ de artă? Nu erau oare considerați cîndva creatorii de forme decorative drept artizani? Ce se întîmplă dacă în sfera artei includem și îmbrăcămintea produsă industrial? Aparent, nu se întîmplă nimic, iar dacă se întîmplă ceva, atunci coeficientul de eroare care ar trebui luat în considerare se arată neînsemnat. Convingerea în justetea unei atare atitudini se întemeiază pe faptul că estetica tradițională a stăruit exclusiv asupra ideii că arta epuizează practic esteticul. Va trebui observat că, uneori, chiar și fără voia noastră, sîntem tentați să întrebuițăm diferite concepte, uitînd sau chiar ignorînd faptul că realitățile pe care ele le desemnează astăzi diferă de cele din trecut. Cîteodată, e vorba de fenomene noi care s-au impus doar

în secolul nostru. Desigur, design-ul nu devenise o realitate estetică de sine stătătoare la sfîrșitul secolului al XVIII-lea, pe timpul cînd Immanuel Kant își elaborează *Critica facultății de judecare*, pentru ca gînditorul din Königsberg să-l fi avut în vedere. Preocuparea ca obiectul utilitar — produs de obicei cu mijloace industriale, după tehnologii industriale și la scară industrială — să posede, pe lîngă acea dimensiune ce-l definește ca atare, și o dimensiune estetică, se face simțită, antrenînd nu doar inițiative singulare, ci totalitatea producătorilor, abia în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Același lucru se întîmplă și cu vestimentația. Cît timp aceasta îngloba numai „îmbrăcămintea de apărut în public“, realizată manual, nu a fost luată în considerare ca domeniu deosebit de cel al artei. Și exemplele ar putea continua.

De bunăseamă, ne înșelăm considerînd fără importanță confuzia care se face uneori între artă și artizanat, între artă și design, între artă și alte domenii estetice extra-artistice. Consecințele ei nedorite se dovedesc a fi nu numai de ordin teoretic, ci și practic, cu ecouri pe planul producției industriale de mașini și de unelte, de bunuri de larg consum, de îmbrăcăminte, pe planul tentativelor de ameliorare a ambientului nostru, corespunzător perspectivelor deschise de marile descoperiri științifice moderne. Integrat domeniului artei, design-ul va apărea, de exemplu, mai mult în calitate de fenomen cultural interesînd critica de specialitate, muzeele, sălile de expoziție; înțeles ca domeniu estetic autonom, specific civilizației secolului XX, el interesează, în primul rînd, economia. Sîntem convinși cu toții că producția industrială contemporană de forme utilitare, de mașini și de unelte, de îmbrăcăminte nu mai poate fi concepută după principiile valabile odinioară. Orice obiect utilitar nou creat este chemat să corespundă și gusturilor estetice în vigoare. De aceea, solicitați să participe la creația de prototipuri pentru diferite obiecte utilitare produse în serie, acei artiști plastici care

nu reușesc să se adapteze la exigențele industriei întâmpină mari dificultăți. Posibilitățile de aprovizionare cu materii prime ale întreprinderii, utilajele de care aceasta dispune, perspectivele desfacerii produselor pe piață, condițiile de confort și eficiență sporită cărora noul obiect trebuie să le corespundă, pot paraliza, până la urmă, fantazia celui obișnuit să creeze liber, ignorând posibilul aspect practic al operei sale.

Creația de forme „tip design” impune și consacra un nou specialist, capabil să conceapă obiectul utilitar și frumos totodată, astfel încât forma să se subordoneze ideal funcției, fără a se recurge la materiale greu de procurat și scumpe, la decorațiuni și ornamente inutile. Noul specialist poartă denumirea de *designer*. În alte împrejurări decît cele proprii creației de prototipuri pentru producția industrială de obiecte utilitare, el se va putea afirma, bineînțeles, și ca artist.

Dăunătoare se dovedesc și confuziile dintre artă și artizanat sau dintre artă și succedaneile acesteia. Cîți oameni nu sînt convinși că obiectele pe care le cumpără din magazinele de specialitate ori de la chioșcurile de artizanat, amplasate în toate punctele turistice, reprezintă ceva similar artei, cu deosebirea că „nu costă scump”? Nu numai atît, dar uneori se reproșează pieselor de artă populară sau celor de artă decorativă lipsa calităților cromatice bazate pe efectele „țipătoare” de contrast, nefolosirea materialelor ce simulează luciul metalelor prețioase, pe care artizanatul a reușit „să le impună”. Goana după efecte șocante facilitează o circulație haotică de motive, în măsură să anuleze orice specific local, regional sau zonal. În ce privește Kitsch-ul, el se anunță în prezent ca adevărat pericol cultural. Mase uriașe de inși adoră surrogatele de artă, convinși fiind că asta-i tot ce le trebuie. Deruta capătă proporții atunci cînd arta cu statut cultural recunoscut devine preocupată și caută să țină pasul cu evoluția gusturilor profilate de producțiunile Kitsch.

Nici confuziile dintre diversele situații estetice extra-artistice nu sînt chiar atît de inofensive. Obișnuit, noi desemnăm prin termenul de îmbrăcăminte un ansamblu de piese, confecționate mai ales din materiale textile, cu ajutorul cărora ne acoperim corpul, fără a-i împiedica posibilitățile de mișcare, de deplasare cu forțe proprii. Există însă îmbrăcăminte de lucru și echipamentul de protecție — cu o motivație în primul rînd practică —, după cum există îmbrăcăminte căreia altădată i se spunea „de sărbătoare” — vestimentația, cu o motivație în primul rînd estetică, desemnată curent, deși impropriu, prin termenul de „modă”. Creatorii de „modă” arareori se vor aventura în creația de îmbrăcăminte ce urmează a se justifica din considerente preponderent practice. Aici trebuie ținut seama de anumite proprietăți ale materialului textil, fără importanță în cazul vestimentației, ca de exemplu impermeabilitatea, rezistența la anumite temperaturi etc. Aici trebuie ținut seama și de mediul în care se va lucra, de mișcările la care purtătorul va fi solicitat, de uneltele pe care acesta urmează să le minuiască. Normal, de creația unei astfel de îmbrăcăminte se ocupă designer-ii. Cînd totuși creatorii de „modă” se aventurează dincolo de limitele domeniului în care sînt specializați, ne vom afla în fața unor piese de îmbrăcăminte sau de echipament de protecție puțin să arate interesant, fără a corespunde însă cel mai fericit destinației lor practice.

Astfel, estetica, în măsura în care aspiră să devină o știință eficientă, e datoră să se adapteze noilor condiții.

1. În căutarea unei definiții.

Artistul și artizanul

Pretutindeni, în vremea noastră, prosperă negoțul cu produse artizanale. E limpede, totuși, că ele alcătuiesc un domeniu estetic diferit de cel al artei. Apare, deci, firească tentația abordării lor globale, ca realitate distinctă. De altminteri, însuși cuvântul „artizanat” ne obligă să avem în vedere un sistem coerent de forme, diferit de cel al artei. A spune „artizanatul este artă” constituie o afirmație contradictorie.

În ce constă, atunci, specificul formelor alcătuind domeniul contemporan al artizanatului? Operațiunea în care ne antrenează orice posibil răspuns la această întrebare se dovedește, dintru început, dificilă, întrucît ne aflăm pe un teren unde argumentele invocate pentru a legitima artizanatul dintr-o anumită perspectivă pot fi contrazise, oricînd, de altele, capabile să permită concluzii diametral opuse. Omul gata să afirme, fără nici o reținere, că artizanatul reprezintă, astăzi cel puțin, „altceva” decît arta se află în dificultate cînd trebuie să-și justifice pe concret spusele. Tocmai pe atari temeieri, dicționarele — chiar dintre cele mai prestigioase — recurg fie la tautologii, fie la diferite locuri comune care lasă impresia că exprimă totul, cînd în realitate nu exprimă nimic.

Există două interpretări curente ale artizanatului, care pot fi reținute cu precădere.

Prima interpretare, întîlnită mai ales la nivelul reflecției nesistematice, presupune identificarea artizanatului cu toate acele obiecte, produse manual, cultivînd anumite nostalgii, invocînd anumite experiențe plăcute sau posedînd vagi atribute ludice — de care multora le place să se înconjoare — vîndute mai ales la punctele de interes turistic, prin intermediul unor unități comerciale specializate. Calitatea de obiect artizanal pare a fi conferită și atestată, potrivit acestei interpretări, nu atît de statutul celui ce l-a realizat, cît de statutul unității comerciale care îl „desface”.

A doua interpretare, întîlnită îndeosebi la nivelul reflecției sistematice — cea a specialiștilor și oamenilor de cultură —, presupune identificarea artizanatului cu totalitatea formelor produse manual de către diferiți meșteșugari, fie în spiritul artei populare, fie în spiritul unora dintre artele decorative. În cazul de față, calitatea de produs realizat manual de către un meșter pare a fi definitorie pentru obiectul artizanal.

Se resimte însă necesitatea a numeroase completări, explicații sau precizări, atunci cînd cauți să te sprijini pe vreuna dintre interpretările amintite, în efortul de a înțelege domeniul contemporan al artizanatului. Pînă la urmă îți dai seama că, în ciuda aparențelor, foarte puține elemente din construcția lor rezistă unui examen serios. Granițele dintre arta populară și artizanat sînt anevoie precizabile. Cele dintre artele decorative și artizanat, de asemenea. Va fi greu, prin urmare, să ne referim la ele fără a insista și asupra conceptelor pe care le implică. De aceea, poate, majoritatea textelor de estetică, abordînd problema artizanatului contemporan, se mulțumesc doar să o prezinte, fără alte ambiții. Semnificativă se dovedește, în această privință, tentativa lui Jacques Vienot (1893—1959), un estetician francez cu al cărui nume ne vom mai întîlni pe parcursul paginilor următoare.

În cartea sa *La République des Arts* (Paris, 1941), concepută în sensul unei suite de dialoguri,

Vienot semnalează necesitatea reconsiderării, din perspectivă modernă, a limitelor artei. Numai în ultima jumătate de veac au apărut atâtea cazuri noi, au apărut atâtea situații noi ce contrazic, mai mult sau mai puțin, vechile noastre idei, încît toate conceptele de lucru ale esteticii trebuie redefinite. Astfel ajunge Jacques Vienot să se întrebe și în legătură cu statutul pe care îl posedă artizanatul contemporan. Poate fi el inclus în sfera artei sau e nevoie să-l tratăm ca domeniu estetic de sine stătător? De la bun început vom observa — arată autorul francez — că e imposibil de înțeles artizanatul făcînd abstracție de condiția celor care îl practică. Dacă noi considerăm artizan orice bun meseriaș — cum se întîmplă citeodată — atunci trebuie să avem în vedere un foarte mare număr de persoane: tîmplarii, croitorii, țesătorii, dactilografele, garajîștii, depanatorii radio, instalatorii ș.a.m.d. Practic, domeniul artizanatului ajunge să includă astfel totalitatea meseriilor. Ce rost mai au, deci, eforturile de a-l delimita cu strictețe? Evident, el va depăși cu mult sfera esteticului.

Dacă sîntem de acord că nu toți meseriașii trebuie considerați artizani, ci numai cei care realizează nemijlocit forme putînd comporta o apreciere estetică pozitivă, atunci lucrurile se schimbă. Activitățile artizanale vizează, dintr-un asemenea unghi, doar un grup restrîns de produse, — cele din metal, sticlă, ceramică, lemn, piatră, piele, materiale textile — ca și sutele de mici lucruri pitorești ori fermecătoare, cum ar fi cele din corn, unele instrumente muzicale, anumite jucării etc. Unul dintre personajele dialogurilor lui Vienot opinează că n-ar trebui să fie considerați artizani decît meșterii ce făuresc obiecte din materialele tradiționale ale artelor decorative. În consecință, domeniul artizanatului se cere înțeles ca înglobînd numai această categorie de forme. Apare limpede — apreciază Jacques Vienot — că artizanatul constituie o realitate imposibil de ignorat, ce nu mai poate fi acoperită de cuvîntul „artă”. În consecință, el

propune înțelegerea artei în sensul unei republici menite să înglobeze și asemenea domenii, fără a le afecta autonomia. Din păcate, esteticianul francez merge doar pînă aici, semnalînd necesitatea aprofundării problemei artizanatului prin reținerea deosebirii dintre artist și artizan, fără a proceda însă, el însuși, la o atare aprofundare.

Și alți esteticieni din secolul XX, unii chiar înaintea lui Vienot, au încercat să înțeleagă artizanatul în lumina condiției specifice a principalilor săi slujitori — adică meșteșugarii.

În *l'Art loin de la vie* (Paris, 1939), Charles Lalo atrage atenția asupra faptului că pînă tirziu încoace, spre noi, artistul și artizanul s-au confundat, iar deosebirea dintre artă și artizanat nu s-a impus cu prea mare evidență. Din ce motive s-a produs, în timpurile moderne, separarea celor două domenii? Pasajele — foarte interesante — din volumul amintit, cu privire la deosebirea dintre condiția artistului și cea a artizanului, merită amplu citate: „Poate că antichitatea greacă este aceea care a avut cel mai mult simțul acut al frumosului îmbinat cu disprețul cel mai sincer pentru munca fizică. În practică, însă, ea și-a făcut un titlu de mîndrie din îmbinarea artei cu meșteșugul. Și ea n-a dispus niciodată de două cuvinte pentru a le distinge net. *Techné* înseamnă în egală măsură artă a medicului, a tîmplarului, cît și artă a flautistului sau a oratorului. *Kalos* înseamnă nu doar frumosul, ci și tot soiul de calități măgulitoare, însă anestetice. *Poiesis* înseamnă creație sau fabricație a indiferent ce, cel puțin în principiu (cam ca *Dichtung*-ul german). Limbile moderne au înlocuit acești termeni cu diverse cuvinte, mult mai specializate. În Occidentul nostru, în mod sigur Evul Mediu este cel care a unit mai strîns, în practică, arta și artizanatul și a reînnoit vechile confuzii de idei care sînt atît de contrastante cu diviziunile sale sociale tranșante dintre nobili și iobagi. Arta — spune Toma d'Aquino — e o virtute intelectuală, însă

practică, nu speculativă; un *habitus* funciarmamente operatoriu. Însă pentru el tot ce implică o formă tangibilă se prezintă drept servil; astfel se petrec lucrurile în cazul arhitecturii, sculpturii, picturii. Singur spiritualul este liberal. Astfel se petrec lucrurile în cazul matematicii, muzicii, literelor. Amestecul haotic de dialectică abstractă și judecăți sociale concrete fac — după cum vedem — un foarte prost menaj. Acest haos, a cărui confuzie ne uimește, n-a reușit deloc să se risipească decît începînd cu Renașterea. Sub regimul academic, arta măștrilor, cu libertatea ei de invenție personală, este — încetul cu încetul — degajată de munca corporativă, cu chinuitoarele ei reguli de meserie. Totuși, în secolul al XVIII-lea, abatele Du Bos se mai scuza încă de faptul că vorbea de «bunii arti-zani», suprimînd «bunii» pentru prescurtare în sensul modernului «artist» — termen revoluționar — pe care Academia nu-l admisesese încă în Dicționarul său — Academia propunîndu-și să nu consacre decît uzanțele corecte.

De atunci, separarea artei de meșteșug a continuat să se producă, astfel încît acum problema a devenit mai degrabă de a le reuni, decît de a le separa, divorțul lor fiind prea profund și prea dăunător.* În continuare, Charles Lalo explică îndepărtarea artizanatului de idealurile artei prin însăși modificarea condiției sociale a artizanului. Pentru a supraviețui ca atare, el se vede obligat să producă cît mai mult. Dispare, în aceste condiții, ambiția performanței. Dispare plăcerea descoperirii formei pe parcursul prelucrării materialului. Execuția, deși manuală, tinde a semăna celei mecanice. Lucrul este făcut în grabă. Meșterul, nemaiavînd suficient timp de reflecție, se îndreaptă către modelele pe care le poate copia. Nu se mai pune, deci, decît în mod relativ, problema originalității; spirituali-

* Charles Lalo, *l'Art loin de la vie*, Paris, Ed. J. Vrin, 1939, pp. 109—110.

tatea formei ajunge să fie înțeleasă exclusiv pe linia a ceea ce se prezintă drept anecdotic sau amuzant.

Și cunoscutul sociolog american Lewis Mumford (n. 1895) se pronunță în același sens. Cităm din cartea sa *Art and technics* (1962): „O producție comercială destinată traficului peste mări pare să fi introdus, încă din timpuri foarte vechi, presiuni străine în opera artizanului, împingîndu-l să accelereze ritmul muncii și să scadă calitatea lucrului sau să diminueze contribuția sa personală, astfel încît opera să nu mai constituie un semn inconfundabil al unui om anume, al unei sensibilități, al unei imaginații ce identifică o anumită persoană. Dar faptul că artizanul este arbitrul procedeei de lucru, că el respectă natura materialelor sale reprezintă o mare satisfacție și o apărare a demnității sale personale“.* Mumford crede că despre deosebirea dintre artă și artizanat se poate vorbi din momentul în care meșteșugarul începe să cedeze în fața presiunii comerciale. Preocupat de satisfacerea cerințelor pieții, meșterul ajunge să se complacă exclusiv în compania rezultatelor previzibile, cele pentru care există rețete. El știe de la început cum trebuie să se prezinte în final forma, fiindcă aceasta reproduce modelul. Problemele pe care și le pune nu vor mai urmări, prin urmare, nimic altceva decît corecta execuție. *Artizanul*, în accepțiunea modernă a cuvîntului, se confundă astfel cu meseriașul capabil să transpună manual în material proiectul unei forme iar nu să descopere forma pe parcursul prelucrării materialului. Desigur, un asemenea executant nu are nevoie de cine știe ce cultură, sensibilitate, imaginație și inteligență ocupînd un loc secundar în activitatea ce o desfășoară. Așa se face că, din domeniu cîndva identificabil cu cel al artelor plastice și decorative, artiza-

* Trad. italiană, Lewis Mumford, *Arte e tecnica* Milano, ETAS-Kompass, 1966, pag 53.

natul a ajuns să se confunde, mai târziu, cu domeniul tuturor meseriilor implicate în producția manuală de diverse obiecte.

Prin opoziție cu „artizan“, „artist“ — termen de proveniență țirzie, după cum remarcă și Charles Lalo — desemnează tipul de creator ce reprezintă mult mai mult decât simplul meșteșugar, oricât de iscusit. *Artistul* se definește, înainte de toate, prin *talentul* pe care îl posedă — e vorba despre un ansamblu de calități innăscute permițând sesizarea formei în materialul prelucrat și instaurarea ei ca prezență expresivă, generatoare de spectacol. Nu toți oamenii apți să practice un meșteșug sau altul sint înzestrați cu asemenea calități, iar la cei care le posedă, ele se dezvăluie în grade diverse. Însușirea meșteșugului, cultura vizuală, cultura livrescă pot contribui mult la „valorificarea“ talentului, dar nu-l pot suplini, atunci cînd se pune problema afirmării cuiva ca artist.

Pentru a se evita ambiguitățile, pentru a se reține cît mai riguros deosebirea dintre artă și artizanat, dintre artist și artizan, în Europa ultimelor secole intervine problema unui adevărat cult al talentului, identificat la romantici cu „*geniul*“. Orientările, curente și școlile artistice moderne au ținut să marcheze distanța față de tributarii spiritului artizanal, în felul lor. S-a insistat obsesiv în sensul unei originalități obținute cu orice preț. A fost supralicitat rolul jucat de forțele inconștientului în cadrul procesului de creație. S-a apelat la materiale și tehnici diferite de cele tradiționale. Noutatea a fost ridicată la rangul de unic element definitoriu pentru operă. A fost minimalizată importanța stăpînirii meșteșugului.

Cum se explică, totuși, în contextul la care ne referim, interesul public crescînd pentru produsele artizanale? Cum se explică faptul că negoțul cu produse artizanale prosperă astăzi pretutindeni? E adevărat, ele costă de obicei puțin, dar asta nu poate fi singura explicație. Și tot atît de adevărat este că, fugind de arta

ce „pune probleme obositoare“, anumiți oameni ajung a se complăce în compania produsului artizanal amuzant, narativ, delectant; dar asta nu explică totul. În *Toward a Psychology of Art*, Rudolf Arnheim sugerează încă o posibilă explicație: „...mă frapază, în primul rînd, faptul că a fi artizan a devenit azi un motiv de invidie. Este poate lucrul cel mai de laudă care se poate spune acum despre un muncitor din orice domeniu. Pare ciudat, mai ales dacă ne amintim, că, prin tradiție, artizanul ocupă un loc în josul scării sociale și că, de exemplu, încercările laborioase ale lui Leonardo da Vinci de a dovedi în scrierile sale că pictura este tot atît de bună, dacă nu superioară, ca și celelalte arte, își aveau sensul într-o vreme cînd pictura, ca și sculptura, urmăreau să scape de compania artelor minore și aspirau la statutul de arte liberale, demne de oameni liberi. A îndepărta stigmatul muncii manuale și a fi plasat în rînd cu filosofii, poeții, muzicienii constituia aspirația meșteșugarului din acele zile. Lucrurile se schimbă atunci cînd artizanul începe să devină imaginea idealizată a unei persoane scăpate de unele pericole fundamentale ale societății noastre. Într-o lume comercializată, în care milioane de oameni nu minuesc niciodată ceva mai tangibil decît referate, pe hîrtie, asupra unor produse reale, artizanul se bucură de a fi în contact manual cu obiecte de valoare primară. Într-o epocă de producție mecanică de masă, artizanul produce — aparent neconstrîns de nimic — «lucruri concrete», cărora le conferă și o notă de frumusețe, după propriul său gust; iar în timp ce într-o uzină sau într-un birou de afaceri orice activitate este scindată în mici manipulări parțiale, pe meșteșugar îl vedem lucrînd în atelierul lui, liber să execute obiectul în întregime, după propriile sale măsuri. În fine, știința modernă a ridicat multe dintre relațiile noastre cu realitatea în sfera atît de rarefiată a abstracțiilor, încît am ajuns să invidiem artizanul ce lucrează un obiect concret, ca remediu foarte dezirabil pentru înstrăi-

narea noastră".* Nu cumva actualul interes pentru obiectul de tip artizanal, înregistrat spectaculos mai cu seamă în zonele turistice, trebuie înțeles ca expresie a unor atari frustrații? Reținem sugestiile, fără a mai insista asupra lor, deoarece ele depășesc obiectivul propus — înțelegerea artizanatului ca domeniu estetic autonom.

2. Artele decorative, arta populară și artizanatul

Deosebirea dintre artist și artizan tinde a se șterge atunci când avem în vedere zonele din imediata vecinătate a spațiului investigat, cele pe care le ocupă artele decorative, arta populară și „arta de masă“.

Artele decorative presupun întotdeauna forme obținute prin prelucrarea manuală a materialului — de către cineva care posedă talent și stăpânește meșteșugul necesar — de cele mai multe ori în spiritul unor tehnici consacrate. În cazul lor, însă, forma posedă întotdeauna caracter de performanță — relativă sau absolută. Ea va avea, tocmai de aceea, semnificația unei adevărate descoperiri. Apare de la sine înțeles: cine se dovedește în măsură să obțină o asemenea formă nu poate fi asimilat simplului meșteșugar ce produce manual doar obiecte în consens cu ceea ce a învățat, cu ceea ce a mai fost produs. Când formele realizate de către artiștii decoratori se sustrag acestor exigențe, ele pot fi ușor confundate cu obiectele artizanale. Pe de altă parte, tocmai asemenea compoziții facile, aparținând unor artiști decoratori, sînt cele care pot fi reproduse de către meșteșugarul fără cine știe ce pregătire; unitățile de producție artizanală le vor prelua, deci, în calitate de modele. Există cazuri când aceste confuzii merg pînă la identi-

ficarea aproape completă a artelor decorative cu artizanatul, motivațiile lor fiind exclusiv comerciale.

Dificultățile asemănătoare se ivesc și atunci cînd încercăm a delimita domeniul artizanatului de cel al artei populare. Nici unul dintre cele două domenii nu-și are suficient elaborate conceptele de bază, în ciuda faptului că pentru arta populară, numai în limba română, studiile de specialitate alcătuiesc o bibliografie imensă. Se pornește — și de astă dată — de la premisa că toată lumea știe ce este arta populară. În realitate, chiar termenul de *artă populară* comportă, înaintea oricăror alte considerații, destule precizări. De ce „artă populară“ și nu „creație artistică țărănească“, întrucît termenul nu vizează niciodată ceea ce se produce, cu valoare asemănătoare, și în mediul urban? Reținem, deocamdată, explicațiile date de I.D. Ștefănescu în *Arta veche a Maramureșului*, considerîndu-le utile în cadrul prezentei dezbateri: „Mai fiecare obiect poartă, într-adevăr, pecetea unui trecut care abia se desface din negura vremii. Măiestria cu care este executat dovedește, la rîndul ei, lipsa de ezitări și de stîngăcii, claritate în expresie și sinceritate în concepție. Nu se simte și nu se descoperă efortul; totul pare lucrat într-un chip neînțeles de spontan, ușor și simplu. Ideea unei manifestări de ordin hedonic (joc, petrecere, mulțumire sufletească) se impune cu rigoare. Naivitatea și primitivismul caracterizează, în asemenea condiții, pe de o parte concepția și simțirea, care pare simplistă mai tuturor cercetătorilor; pe de altă parte, mijloacele de expresie, interpretarea elementelor și compoziției, stilul și caracterul, cu alte cuvinte.

Țăranii păstrează cea mai mare parte a produselor de artă de care ne ocupăm, adevărate tezaure. Sînt opera minilor lor. Se realizează și astăzi în multe regiuni, în fața noastră. De aici, numele de artă țărănească, care se dă mai tuturor acestor producțiuni. Germanii le-au însemnat cu numele «die Volkskunst». Francezii

* Rudolf Arnheim, *Op. cit.* pp. 353—354.

au întrebuințat numirile de «art rustique» și «art des campagnes». De curind, sub înfruriri germanice, întrebuințează expresia «art populaire», curioasă și nedefinită în limba literară și științifică a acestui popor. Cercetătorii noștri au oscilat între denumirile de «artă populară» și «artă țărănească». Pretutindeni s-a considerat faptul că produsele artistice de acest gen se găsesc la țară și că tradiția acestei arte e vie acolo, înțeleasă și curentă, rămânând pentru orășeni obiect de curiozitate, iar pentru cercetători material documentar de ordin etnografic, istoric, estetic ori arheologic“.*

Primele obstacole întâlnite, atunci când încerci să deosebești domeniul artei populare de cel al artizanatului, se referă la imposibilitatea distincției dintre „artist“ și „artizan“ în majoritatea cazurilor ce pot fi invocate. Cel puțin la noi, mulți dintre meșterii ce asigură magazinele de artizanat cu produse specifice sînt proveniți din rîndurile „creatorilor populari“ țărani. În unele cazuri, ei apar ca țărani angajați ai unei anumite cooperative; în alte cazuri, artizanii sînt de fapt țărani care se obligă să lucreze, pe bază de contract, pentru unitățile cooperatiste de profil, diverse produse executate manual, ce urmează a fi puse în vânzare prin rețeaua comercială. Este adevărat că — și într-un caz, și în altul — „meșterul țaran“ sau „țaranul meșter“, creator de produse ce pot fi cumpărate de la chioșcuri ori din magazinele de artizanat, nu mai concepe forma în conformitate cu propriul său gust. Există anumite „modele“, anumite tipuri de compoziție, la noi avizate de către comisiile imputernicite în această privință, pe care producătorul trebuie să le aibă în vedere. Preluînd o formă sau alta, specifică artei populare dintr-o zonă, creatorii de modele concep un model „îmbunătățit“ — fie prin exploatarea

* I. D. Ștefănescu *Arta veche a Maramureșului*, București, Ed. Meridiane, 1968, pag. 52.

efectelor ce pot avea momentan succes, fie prin înlocuirea unora dintre materialele tradiționale cu altele noi, mai ușor procurabile, fără ca asta să „deranjeze“ prea mult.

Unde sfîrșește, așadar, domeniul artei populare și începe cel al artizanatului? Cît timp urmărim înțelegerea artei populare doar prin raportare la „arta cultă“ putem opera unele distincții, la prima vedere satisfăcătoare. Anonimatul creației, destinația necomercială a produselor, respectarea tipului de compoziție decorativă specific unei anumite zone sînt reținute drept note definitorii. Într-o carte apărută cu douăzeci de ani în urmă se spunea: „În arta cultă obiectele poartă semnătura celui ce le face și sînt astfel ușor de individualizat. În arta populară, meșterii sînt anonimi. Cele cîteva nume de meșteri pe care le știm, meșteri cărora premiile ce li se acordă arată prețuirea de care se bucură, sînt situații de excepție. Ele caracterizează numai anii din urmă. În trecut, ca și astăzi, nu se cumpăra un obiect pentru că era lucrat de un anume meșter. Obiectele de artă populară formează grupe mari, bogate ca număr, alcătuite din piese ce par a se repeta. Arta meșterului se topește în arta grupului din care face parte; nu spunem niciodată că un ulcior este lucrat de cutare meșter, ci că a fost făcut în cutare sat, în care toți meșterii contribuie la definirea artei locale și lucrează asemănător. Nu întrebăm niciodată pe olarul care-și desface marfa într-un tîrg cum îl cheamă, ci din ce sat este.

Fără îndoială că talentul și priceperea deosebesc totuși meșterii între ei și cumpărătorul care locuiește într-un anume sat și este preocupat de acest lucru, poate deosebi, în cele din urmă, un meșter de altul. Anonimatul este caracteristic în creația folclorică; chiar dacă știm că un anume cîntăreț este cel mai bun, totuși, producția lui orală este plasată în cadrul satului și a regiunii din care face parte. Lucrul este încă mai adevărat cînd e vorba de domenii de artă care nu necesită prezența unui meșter specializat. Așa, de pildă,

sint obiectele lucrate de către ciobani, care fac pentru ei bîte, vase de lemn sau pentru fata pe care vor s-o ia în căsătorie o furcă împestrită. La fel ţesăturile, fie că este vorba de haine sau de scoarţe, de lăicere, de feţe de masă şi altele. Ţesutul era generalizat, o fată neputîndu-se mărita dacă nu ştia să ţeasă şi să coasă. Nici una din aceste piese nu poartă numele celui ce a făcut-o. Noi le distingem astăzi după caracteristicile regionale care le grupează între ele^{**}. Un plus de prudenţă, însă, nu ar prisosi. Anonimatul creaţiei, reţinut ca definitoriu pentru arta populară, caracterizează, în egală măsură, şi artizanatul. Ideea că arta populară înglobează nu atît produsele meşteşugarilor cît, mai degrabă, cele ale ţăranilor, făcute în vederea satisfacerii propriilor lor trebuinţe se dovedeşte, încă din primul moment, numai parţial adevărată. Olarii, bunăoară, produc, înainte de toate, pentru a vinde. Şi încă pe arii foarte întinse. În acelaşi sens, pot fi semnalate numeroase alte exemple.

Complicînd şi mai mult datele problemei ce ne preocupă, Arnold Hauser (1898—1978), în *Philosophie der Kunstgeschichte*, observa, nu fără temei, că în vederea evitării unei posibile confuzii, arta populară ar trebui deosebită şi de alte realităţi estetice apropiate, ca *arta ţărănească*, *arta provincială* şi *arta de masă*. El înţelege arta ţărănească din alt punct de vedere decît cel prezentat de I.D. Ştefănescu. Aceasta s-ar defini ca artă a ţărănimii, luată în sens de clasă socială. Pe lingă arta citadină, arta populară, arta ţărănească mai există şi *arta de curte* — întîlnită la reşedinţele nobililor şi principilor. Ea nu poate fi asimilată artei citadine, întrucît nu e destinată tîrgoveţilor; ea nu poate fi asimilată însă nici artei populare, întrucît ea nu este produsă de cei cărora le este destinată. „Artişti claselor suspuse sînt recrutaţi din toate straturile posibile ale societăţii şi numai în mică parte din clasa

dominantă însăşi^{**}. Dacă deosebim arta populară de arta ţărănească, sîntem obligaţi să o distingem, în egală măsură, de *arta provincială*. Reţinem întocmai formulările lui Arnold Hauser: „Una din caracteristicile cele mai importante ale artei populare este, cu siguranţă, faptul că ea se defineşte prin contrast cu arta urbană, cu arta marilor centre culturale; fiind însă o artă non-citadină nu înseamnă că ea ar dori să fie citadină, dar nu poate. Artă provincială constituie o artă care depinde de gustul metropolei şi aspiră la prestigiul acesteia, necliberîndu-se niciodată de un oarecare complex de inferioritate^{***}. Artă provincială, arată mai departe Hauser, perseverează deci, în sensul gusturilor la modă din marile centre culturale ale lumii, fără a se impune însă, prin realizări deosebite; o caracterizează un anumit epigonism stingaci, o anumită stare a formelor care trădează, fără excepţie, străduinţa artistului de a realiza ceva în spiritul valorilor ce au trecut în marea metropolă sau în asimilatele acesteia. Putem reţine exemplele artei provinciale egiptene, elenistice sau romane. Totuşi, la nivelul fiecărei forme desluşeşti sensibilitate, desluşeşti preocupare de a structura materialul ca tot l'expressiv. Prin asta se deosebeşte, de altminteri, artă provincială de artizanat.

În ce priveşte *arta de masă* aceasta se identifică, de obicei, cu un vast sistem de forme produse în serie, ai căror autori nu interesează, urmărind ocuparea plăcută a timpului liber, pe care omul obişnuit, mai ales în civilizaţiile industriale avansate, ajunge să-l aibă la dispoziţie într-o măsură mai mare decît în trecut. Noile mijloace de comunicaţie — cu toate tehnicile aferente — facilitează expansiunea produselor de tipul celor la care ne referim, inclusiv la domiciliul fiecăruia. Proprie artei de masă —

* *Meşterii ţărani români şi creaţiile lor de artă*, Bucureşti, Ed. Enciclopedică, 1969, pp. 7—8.

* Trad. italiană, Arnold Hauser *Le teorie dell'arte*, Torino, Einaudi, ed., 1969, pag. 237.

** *Idem*, pag. 240.

spre deosebire de cea populară — ar fi posibilitatea obținerii formelor în serie, după principiile producției industriale. Deși interpretarea lui Arnold Hauser ni se pare discutabilă, o prezentăm fie și pentru că ea poate da de gândit: „Arta populară va fi definită în paginile ce urmează ca activitate poetică, muzicală, figurativă a straturilor inculte și neurbanizate ale populației. O caracteristică înăscută a acestei arte este că exponenții acesteia nu participă la ea numai ca subiecți receptori, ci și ca subiecți creatori, deși, în mod individual, nu revendică personal nici o paternitate artistică. Prin arta de masă se înțelege aici, dimpotrivă, producția artistică sau cea avînd doar pretenții de artă, care se conformează unui public semicult, cu precădere urban, și înclinat spre masificare. În arta populară, producătorii și consumatorii aproape că nu se disting unii de alții, iar granițele dintre cele două grupuri rămîn întotdeauna fluide; în arta de masă, dimpotrivă, avem de-a face cu un public necreator sub aspect artistic, avînd, în consecință, un comportament complet pasiv și cu o producție comercială care se uniformizează riguros la cerere“*.

Arnold Hauser lasă a se înțelege că atît arta populară, cît și arta de masă presupun întotdeauna producțiunii cu semnificații minore și efecte superficiale — nostime, delectante, plăcute — destinate petrecerii timpului liber, ca modalități de evadare din sfera grijilor și preocupărilor grave. Artizanatul pare a se asemana, dar și a se deosebi de ele. Pentru asemănări, se impune observația că nici formele din sistemul artizanatului nu posedă semnificații majore, îndemnînd la meditare gravă asupra problemelor existenței. Pentru deosebiri, se impune observația că arta de masă presupune forme obținute exclusiv prin prelucrarea industrială a materialelor. Deosebirile mai vizează faptul că formele din sistemul artizanatului se impun pe linia unui

anume respect — dacă nu cult — al tradiției, în vreme ce arta de masă nu trădează nici un fel de respect, sau măcar interes, pentru tradiție. Ambele presupun, însă, o producție ce urmărește satisfacerea unor gusturi foarte diverse — totuși, nu dintre cele mai rafinate — caracterizînd o clientelă inconstantă și eterogenă.

3. Artizanatul de condiție veche și artizanatul de condiție nouă

Deosebiri tranșante între arta populară și artizanat nu pot fi stabilite întotdeauna, după cum ne-am putut convinge, de pe poziția adoptată de Arnold Hauser. E mai nimerit, poate, să căutăm a înțelege artizanatul schimbînd unghiul de vedere.

Nu poate fi ignorat, de pildă, nici aspectul istoric al problemei care ne preocupă. În această privință, s-ar cuveni, mai întîi, reținut un adevăr elementar: existența tuturor populațiilor sedentare a consacrat, de-a lungul istoriei, două mari tipuri de civilizație: *civilizația rurală* și *civilizația citadină* sau urbană. În cazul tipului de civilizație rurală esteticul apare, din timpuri străvechi, asociat acelor proprietăți ale lucrurilor în lumina cărora ele se justifică pe linia satisfacerii unor trebuințe umane precise.

E de observat că arta populară se afirmă exclusiv la nivelul obiectelor specifice civilizației rurale — obiecte putînd impresiona vizual, cel mai adesea în sens pozitiv, prin configurația lor, prin decorațiunile și ornamentele ce le sînt aplicate. Despre adevăratul ei concept se poate vorbi însă numai atunci cînd apare conștiința clară că înfățișarea unui atare obiect, comportînd și o anumită apreciere estetică, îl poate justifica, ea singură, indiferent de trebuința pentru satisfacerea căreia a fost conceput. Dar asta se întîmplă foarte tîrziu.

La nivelul civilizației citadine sau urbane, întotdeauna mai complexă, potrivit împrejură-

* Arnold Hauser, *Op. cit.*, pag. 227.

rilor și gradului de dezvoltare economică atins, pe lângă tipul de obiect destinat satisfacerii unor necesități umane concrete — care poate să impresioneze vizual ca urmare a faptului că se dovedește realizat cu pricepere, fantezie și sensibilitate — mai apare altul. „Lucrul trebuitor“, realizat manual, când ajunge să corespundă optim propriului său scop, devine performanță umană obținută în efortul de a înfringe rezistența materialului prelucrat potrivit unei intenții determinate. Civilizațiile antice, îndeosebi cea greacă și romană, — avind o influență hotărâtoare asupra dezvoltării culturilor europene de mai târziu — par a fi primele care consacră obiectul și într-o asemenea ipostază. Acesta ajunge, astfel, să prezinte importanță numai ca formă.

După cum s-a mai arătat, cea mai veche accepțiune a operei de artă — pentru formele obținute prin prelucrarea manuală a diferitelor materiale — este aceea de lucru realizat cu meșteșug. Caracterul de lucru realizat cu meșteșug — *techné* — al operei de artă, se cere, însă, atent examinat. Nu orice lucru realizat cu meșteșug era recunoscut la vechii greci drept operă de artă. *Techné* constituia mai degrabă una din condițiile principale pe care posibilul creator al operei de artă trebuia să le îndeplinească. Fără a cunoaște cum se „lucrează“ un material sau altul și cum se „compun“ diferitele forme, e imposibil de obținut performanțe. Desigur, mai intervine și problema talentului. Cu acesta, însă, te naști, pe când meșteșugul trebuie însușit. Nici inspirația nu prezintă importanță, atunci când cel în cauză nu știe cum să „lucreze“ materialul avut la dispoziție.

Numai ca performanță, realizată în efortul de a supune voinței umane, prin modelare sau edificare, un anumit material, „lucrul“ făcut cu meșteșug ajunge să impresioneze vizual. Faptul că, apărind astfel, el satisface și anumite necesități umane concrete interesa mai puțin.

De aici, calitățile recunoscute ale operei de artă: capacitatea de a genera spectacol, de a

trezi și întreține anumite sentimente, stări de spirit, trăiri — în condițiile în care cineva ajunge să o contemple.

Bineînțeles, obiectul ce posedă asemenea calități, neputînd fi creat de oricine și oricînd, constituia întotdeauna o prezență rară. La el nu se putea accede decît în condiții determinate. Trebuia să ai timpul liber necesar pentru a merge să-l vezi; trebuia să fii dispus a întreprinde o atare acțiune. Cum, în mod obișnuit, timpul liber al majorității oamenilor se confunda, la început, cu timpul de sărbătoare, opera de artă a ajuns, treptat, să se confunde, ea însăși, cu tipul de obiect la care nu se poate accede decît în condițiile timpului de sărbătoare. Astfel vom înțelege specificul stărilor de spirit create și întreținute de orice operă de artă: detașarea de cotidian, de banal, de meschin și „transportarea“ celui ce se află în prezența ei în sferile sărbătoreșcului. Astfel, vom înțelege caracterul de prezență întotdeauna festive al formelor din sistemul sculpturii, picturii, artelor decorative.

Arta se impune, în condițiile tipului de civilizație citadină sau urbană, ca sistem de prezențe rare — inițial putîndu-se legitima și pe temeuri extra-artistice — pentru a căror cunoaștere e necesară o poziție individuală activă, e necesară o anumită formă de organizare socială, presupunînd existența unui timp de lucru și a unui timp „liber“.

Desigur, dacă ținem seama de structurile sociale stabile, accesul oamenilor la timpul liber — din care o parte devine afectată întotdeauna manifestărilor publice sărbătorești — se prezintă ca fiind inegal. Membrii diferitelor clase și categorii sociale nu se bucură de același timp liber. Prin aceasta și accesul la artă devine inegal. Cei aparținînd grupărilor sociale care nu participă direct la activitățile privind producerea și desfacerea bunurilor materiale, la activitățile administrative, la prestarea diferitelor servicii, vor avea, fără îndoială, cu totul alte posibilități

privind accesul la artă, decît populația muncitoare.

Și totuși, secole de-a rîndul, gîndirea filosofică europeană progresistă a stăruit în convingerea că numai prin intermediul formelor artei pot fi cultivate în conștiința oamenilor, indiferent de condiția lor materială, ambiția autodepășirii, aspirația spre altceva, superior prezentului, idealurile ordinii, echilibrului, armoniei, perfecțiunii. Pe temeiul acestor convingeri, a fost recunoscut, de altminteri, marele rol pe care este chemată să-l joace arta în cadrul vieții sociale. Pînă la urmă, ajung însă și filosofi să descopere, treptat, adevărul — mai ales după revoluția franceză din anul 1879, eveniment ce inițial părea a deschide largi perspective privind accesul tuturor oamenilor la valorile culturale create anterior — că a stăruî într-o atare convingere reprezintă o deșartă iluzie. Într-o lume a inegalităților sociale, oamenii nu se pot bucura de artă în aceeași măsură. O rezolvare realistă a problemelor privind accesul democratic la artă, în primele decenii ale secolului al XIX-lea, neputînd fi întrevăzută, sînt propuse diferite soluții, de inspirație socialist-utopică, prin care se face apel la „buna-înțelegere” și la generozitatea celor avuți. Printre altele, se sugerează suprimarea biletelor pentru intrarea la muzee, concerte, spectacole, cheltuielile necesare întreținerii și funcționării acestora urmînd a fi acoperite fie prin donații, fie prin alocații bugetare. Evident, asemenea soluții nu puteau avea șanse de succes. Oricine își poate da seama că problema accesului tuturor oamenilor la artă nu se reduce doar la posibilitatea ca fiecare să-și plătească intrarea la spectacole, concerte, muzee, expoziții. Noi soluții trebuiau, deci, căutate. Stăruie, aproape obsedant, în prima jumătate a secolului al XIX-lea — mai ales printre cei preocupați de viitorul democratic al societății — ideea unei arte ieftine, accesibile sub raport material și persoanelor cu venituri modeste. Dezvoltarea producției industriale de bunuri destinate a satisface cele mai diverse trebuințe devine, în această privință

adevărată sursă de sugestii și tentații totodată. Nu s-ar putea produce, oare, și arta pe cale industrială, așa cum sînt produse acum atîtea materiale și chiar obiecte trebuitoare? Printre răspunsurile care se propun, două ne interesează în mod deosebit.

Primul are în vedere faptul că arta, așa cum ne-am obișnuit s-o concepem de milenii, nu poate fi decît „scumpă” și „rară”. Ca performanță a unei persoane înzestrată cu vocație, talent sau geniu, stăpînind bine un anumit meșteșug, opera de artă constituie o prezență excepțională. Condiția sa de raritate trebuie întotdeauna luată în considerare. Dacă am ajunge însă să obținem opera de artă cu mijloace industriale, după tehnologii industriale și la scară industrială, valorile estetice s-ar „democratiza” dintr-o dată. Din această perioadă — prima jumătate a secolului al XIX-lea — începe să se impună termenul de „artă industrială”. El desemnează rezultatele căutărilor, dar și sugestiilor materializate într-o asemenea direcție. Producția industrială modernă de țesături imprimate, de obiecte utilitare din ceramică, metal, sticlă — turnate, ștanțate sau suflate astfel încît să posede și oarecare note decorative — este cea la care se referă, în primul rînd, termenul amintit. Tot din această perioadă începe să se impună, masiv, producția de surogate artistice; nici ea nu poate fi înțeleasă însă fără a o pune în relație cu tentațiile de a face arta „ieftină”, iar accesul la valorile ce-i sînt recunoscute „democratice”.

Al doilea răspuns la întrebarea anterioară — nu s-ar putea produce, oare, și arta pe cale industrială? — ne va permite să înțelegem dezvoltarea modernă a artizanatului. El are drept temei convingerea că performanța artistică nu constituie doar o simplă „reușită tehnică” sau un „record” posibil de obținut și altcum decît prin prelucrarea manuală a diferitelor materiale. Reprezentînd, desgiur, incontestabile „reușite tehnice”, în condițiile ideii ce a stat la baza fiecăreia, formele artistice devin totodată modalități de mărturisire

ori evocare programată, la nivelul execuției lor manuale inconfundabile, a unei anumite experiențe umane posibile, iar mai departe, a unei anumite sensibilități, a unei anumite fantezii, a unei anumite perseverențe, a unei anumite îndrăzneli, pe care și noi le putem împărtăși. Performanța artistică presupune, așadar, în egală măsură, „reusită tehnică“ și expresivitate, adică posibilitate de a evoca, la nivelul modului cum forma apare executată manual, o anumită experiență umană posibilă, o anumită fantezie și o sensibilitate apropiate ființei noastre într-o măsură mai mare sau mai mică. Operele de „artă cultă“ se mai fac totodată și ecoul conștiinței filosofice, morale, sociale, politice a celor care le-au creat, sugerind diverse posibilități de înțelegere a experienței umane evocate, de încredere în viitor.

Evident, atari performanțe nu se pot obține pe cale industrială, orice ambiție în acest sens dovedindu-se aberantă.

Devine de neconceput, deci, democratizarea artei prin promovarea unor produse ce nu vor întruni niciodată toate atributele formelor acesteia. Astfel, în fața exemplarelor de așa-zisă artă industrială, noi nu putem încerca alte sentimente decât doar acelea pe care le poate provoca lucrul corect executat, conceput în conformitate cu principiile simetriei, ritmului, armoniei. Ele nu pot trăda nici un fel de sensibilitate, întrucât sînt obținute cu ajutorul mașinii.

Altcum trebuie, prin urmare, căutată soluția democratizării artei. Poate n-ar fi inutil să ținem seama de adevărul că arta rămîne mereu „scumpă“ și „rară“, inaccesibilă persoanelor cu „posibilități materiale modeste“, datorită însăși condiției celor care o creează. Artistul este, înainte de toate, un om dotat cu talent, ce a trebuit să-și însușească temeinic meșteșugul necesar realizării formelor cărora li se consacră. Pentru a crea opera aflată acum în fața noastră, a fost nevoie ca artistul să-și formeze o vastă cultură, trebuind să cunoască ce au realizat alții înaintea lui și să fie conștient permanent de ceea ce se poate realiza

în condițiile materialelor, tehnicilor și gustului estetic de astăzi. Un asemenea om, desigur, se formează greu. Fără îndoială, culturile nu se pot dispensa de artiști, dar numai cu ei nu se poate „face“ democratic accesul la artă. Noi uităm, totuși, că există destule talente care se pierd prin faptul că posesorii lor n-au avut posibilitatea să-și însușească meșteșugul și să-și formeze cultura necesară unui artist. Ce-ar fi dacă s-ar apela și la asemenea forțe? Facilitînd însușirea meșteșugurilor — prin școlile de arte și meserii — și ajutînd materialicește persoanele care le pot practica cu succes, va fi încurajată, indiscutabil, dezvoltarea producției de obiecte manuale — cînd e posibil folosindu-se și materiale noi ori apelîndu-se la tehnologii moderne de prelucrare, în măsură să permită o substanțială reducere a costului — pe linia formelor artistice deja create. Cum lipsa de cultură a meșteșugarului nu va permite niciodată obținerea unor forme reproducînd manual marile capodopere ale artelor frumoase, copiile sau replicile constituînd tot apanajul artistului, s-ar putea viza mai mult domeniul artelor decorative și cel al artei populare. William Morris (1834—1896) este unul dintre înfocații partizani ai acestei idei.

Astfel, mai ales în a doua jumătate a secolului trecut, se pun bazele unei vaste rețele de școli și ateliere, profilate pe producția manuală de obiecte concepute fie ca înlocuitori ai artelor decorative, fie ca înlocuitori ai artei populare. Intrată în circuitul comercial, această producție vizează o clientelă ale cărei dimensiuni se vor extinde neîncetat.

Dezvoltarea turismului, nostalgia obiectului produs manual — ca termen de opoziție pentru obiectele standard obținute la scară industrială — nostalgia formelor străvechi, populare, resimțită de unii orășeni proveniți din lumea satului, figurează printre principalele cauze ce au impulsionat dezvoltarea modernă a artizanatului.

Trebuie remarcat însă că, în paralel cu dezvoltarea artei, se înregistrează, încă din antichitate

și o producție de forme cu caracter artizanal — așa cum concepem noi astăzi artizanatul — chiar dacă nu exista peste tot conștiința împedă de deosebiri dintre cele două domenii. E producția meșterilor pentru care talentul nu prezenta importanță, întrucât formele erau destinate satisfacerii unor nevoi mai concrete, mai precise decât voga nevoie de frumusețe. Creatorii de atari forme nu-și puneau atît problema unei execuții care să întrecă tot ce s-a realizat anterior și nici problema unui obiect care să nu aibă asemănare, posedînd din acest punct de vedere atributele unei adevărate descoperiri. Și în antichitatea orientală, și în antichitatea europeană — elenistică și romană — a înflorit producția de obiecte comportînd diverse decorațiuni și ornamente, lucrate cu pricepere, după gustul clientelei. Mobilierul, stelele funerare, scuturile și coifurile, ceramica de uz cotidian se legitimau, în primul rînd, din perspectiva producției unor atari meșteri. Vorbim astăzi despre artizanat în antichitatea grecească sau romană avînd în vedere o asemenea producție, justificată și definibilă în lumina cerințelor pieței. Meșterul se supunea cerințelor gustului din epoca respectivă pentru produsele pe care le executa, altminteri acestea riscuiau să nu aibă căutare, să nu fie cumpărate. Într-un asemenea sens vorbim despre artizanat și în Evul Mediu, sau chiar mai tîrziu, pînă în secolul XX.

4. Un concept neelaborat încă suficient

Astăzi, artizanatul a devenit, pretutindeni, o „realitate“ prosperă, afectînd practic viața a milioane și milioane de oameni. Este adevărat că, de la idealurile pentru care milita, cu peste o sută de ani în urmă, William Morris, pînă la obiectele ce pot fi cumpărate acum din magazinele de profil, distanța e foarte mare. Posibilul succes comercial al produsului a ajuns să condiționeze, într-o măsură tot mai însemnată, activitatea meșterilor. Predomină, astfel, obiectele reali-

zate manual cu incontestabil meșteșug, pe linia formelor specifice artei populare sau artelor decorative tradiționale care nu trădează însă, prin propria lor execuție, nici îndrăzneală, nici sensibilitate, nici fantezie; ceea ce prezintă importanță este ca obiectul să intereseze cumpărătorul. Prin amploarea sa, fenomenul a determinat, în ultimele decenii, înțelegerea curentă a artizanatului ca univers de asemenea produse.

Obsesia obiectelor care să nu coste mult și să intereseze cumpărătorul a determinat, adeseori, proliferarea unor forme ce nu mai au nimic comun — nici cu arta populară, nici cu artele decorative tradiționale — atașîndu-se producției de surogate desemnabile prin cuvîntul Kitsch. De obicei sînt reținute din experiențele artei populare doar materialele și tehnicile acesteia, în vreme ce compoziția face importante concesii anecdotei, aluziei la gestul subcultural complice, idilismului de diferite nuanțe.

Desigur, dezvoltarea modernă a artizanatului nu se traduce numai prin manifestări care alterează gusturile, ci și prin forme care, atunci cînd producția meșterilor e îndrumată competent, contribuie la cultivarea interesului pentru obiectul produs manual mai puțin costisitor, așa cum l-au consacrat civilizațiile anterioare.

Artizanatul reprezintă astfel, prin reușitele sale cele mai de seamă, un mijloc de a întreține viu interesul pentru tradițiile artistice populare ale diferitelor regiuni, zone sau provincii istorice, din care culturile naționale își fac întotdeauna un titlu de mîndrie. În lumina unor asemenea semnificații pozitive, se cere privită dezvoltarea contemporană a artizanatului, la noi.

Fără a fi devenit un mijloc de a „face“ adevărata artă „ieftină“, artizanatul a reușit, în secolul XX, să se impună, totuși, ca domeniu estetic autonom, al cărui concept trebuie însă elaborat în continuare, cu toată grija.

ÎNLOCUITORII TEHNICI ȘI INDUSTRIALI DE ARTĂ

1. Tentația înlocuitorilor de artă

Situația particulară a operei de artă — formă ce constituie expresia unei adevărate performanțe pe care numai cine posedă talent și stăpânește bine un anumit meșteșug o poate obține — a determinat, de-a lungul secolelor, diferite încercări de a-i găsi unii înlocuitori. Când un lucru este rar și scump, iar, prin aceasta, inaccesibil oamenilor, se pune, firește, întrebarea dacă nu cumva el ar putea fi înlocuit cu altul, mai lesne procurabil, posedind calități asemănătoare, cel puțin la prima vedere. Dar, problema înlocuitorilor de artă se dovedește la fel de spinoasă ca și cea a artizanatului, iar anumite cazuri ne pun, nu o dată, în încurcătură.

Sub aspectul tipului de execuție, putem distinge: înlocuitorii de artă obținuți prin prelucrarea manuală a materialului și înlocuitorii de artă obținuți prin mijloace mecanice, electronice etc., presupunând prelucrarea, parțială sau totală, a materialului din care a rezultat forma, altcum decît manual. Vom denumi formele din prima categorie *înlocuitori artizanali de artă*, iar cele din a doua categorie *înlocuitori tehnici și industriali de artă*.

Cei mai vechi sînt, bineînțeles, înlocuitorii artizanali de artă. Avem, mai întîi, *copiile* și *replciile*. Le întîlnim încă din antichitate, ca înlocuitori ai originalului artistic. Să ne amintim

de copiile romane după unele dintre marile capodopere ale sculpturii grecești din perioada clasică. Desigur, exista și atunci deplină conștiință a faptului că nici copia, nici replica nu sînt capabile de „efecte estetice” comparabile cu cele ale originalului. Totuși, ca înlocuitori ai marilor creații, la care nu se putea ajunge oricînd, ele erau considerate drept necesare culturilor.

În categoria înlocuitorilor de artă, presupunînd forme obținute prin prelucrarea manuală a materialului, ar trebui inclus și *artizanatul*. Însă, după cum s-a putut vedea, artizanatul are un statut estetic prea complicat pentru a-l include printre înlocuitorii de artă fără nici un fel de rezerve. Între a înlocui și a exista, simplu, în paralel cu arta, — așa cum întîlnim artizanatul de-a lungul multor epoci istorice — distanța e prea mare pentru a trece neobservată. Astfel, încercarea de a include global artizanatul printre înlocuitorii de artă poate fi contrazisă, aproape cu tot atîtea argumente cîte o îndreptătesc.

Nu insistăm însă, acum, nici asupra copiilor și reproducerilor, nici asupra artizanatului, întrucît obiectul investigației noastre îl constituie înlocuitorii de artă din cealaltă categorie, cei a căror obținere a devenit posibilă grație diferitelor cuceriri ale științei și tehnicii moderne, unii putînd fi produși astăzi cu mijloace industriale și la scară industrială.

Merită reținute, în această privință, două grupuri importante de cazuri, unul avînd la bază *principiul succedaneului*, celălalt *principiul surogatului*. Fie și o succintă prezentare a lor se dovedește, încă de la început, necesară pentru evitarea confuziilor.

Înlocuitorii tehnici și industriali de artă avînd la bază *principiul succedaneului* se identifică, mai întîi, cu *reproducerea artistică* și asimilatele acestora — diapozitivul, discul, înregistrarea de muzică, de literatură recitată, de teatru pe bandă magnetică sau casete video — iar, sub unele aspecte, cu *filmul de artă*. Opiniile exprimate pînă acum concordă doar parțial în legătură cu

transmisiunile radiofonice și televizive „în direct” de spectacole sau concerte.

Dezvoltarea tehnicii reproducerilor vizuale (să ni se ierte aparenta tautologie) a consacrat, în epoca noastră, realitatea estetică a *albumului, de artă*, — adevărat „muzeu imaginar”, cum l-a denumit André Malraux.

2. Succedaneele

Trebuie observat, în primul rând, că există anumiți înlocuitori de artă care, din orice categorie ar face parte, se justifică, exclusiv, ca purtători de informație despre o anumită formă cu statut de operă, despre un anumit spectacol sau un anumit concert. Ei „redau”, relatînd — atît cît e cu putință în momentul respectiv, de pe poziția celui care i-a produs — mesajul originalului. Bineînțeles, „relatarea” lor — ca orice relatare — nu epuizează întreaga realitate a sursei, chiar dacă se fac eforturi în sensul asigurării unei „înalte fidelități”. Totuși, preluînd fie și o parte din informația specifică originalului, pentru a o reda ca atare, fără să se recurgă la „traducerea” într-un alt limbaj, *copiile, replicile și reproducerile* permit o cunoaștere a acestuia mult mai complexă și mai apropiată de adevăr decît cea posibilă, bunăoară, în tehnicile descrierii ori ale comentariului verbal. Așa se explică procesul de relativă implicare afectivă a celui ce contemplă forma astfel „evocată”. Cu o asemenea justificare, atunci cînd, temporar, nu se întrevede nici o posibilitate de acces la mesajul estetic al originalului, înlocuitorii de artă sînt folosiți, cu precădere, în scopuri culturale ca mijloace de informare. Mai ales reproducerea — cu toate asimilatele sale — prezintă importanță în această calitate, existînd întotdeauna conștiința clară că este vorba despre o relatare mai mult sau mai puțin fidelă a „faptelelor”, iar nu despre un pseudo-echivalent menit să concureze, neloial, originalul.

Începuturile reproducerii se află în nemijlocită relație cu descoperirea europeană a tiparului, în secolul al XV-lea. Inițial, s-a recurs la „serviciile” gravurii. Mai tîrziu, după consacrarea fotografiei, pe măsura perfecționării proceselor de imprimare tipografică, intervine problema unor tehnici noi, mai rapide, și mai puțin costisitoare. Sînt tehnicile care nu și-au pierdut nici astăzi actualitatea: heliogravura și offset-ul. Concomitent, se impun și principalele asimilate ale reproducerii. Descoperirea celuloidului — în a doua jumătate a secolului al XIX-lea — consacră un nou material, pe care pot fi înregistrate imaginile vizate cu ajutorul aparatului de luat vederi: pelicula fotosensibilă. Nu după mult timp, se produce „nașterea” filmului, iar diapozitivul începe să devină un mijloc de informare vizuală relativ accesibil. Pentru muzică, un rol capital l-a avut descoperirea tehnicii înregistrărilor pe disc. La distanță de nici șapte decenii, de la această descoperire înregistrările pe disc sînt concurate de cele pe bandă magnetică.

Dintre înlocuitorii tehnici și industriali de artă, reproducerea vizuală se prezintă, prin excelență, ca *imagine* evocînd o formă existentă aievea.

Vocabularul medical conține un termen pe care ne permitem să-l împrumutăm. Cînd, pentru combaterea unei anumite afecțiuni, lipsesc, întîmplător, produsele farmaceutice cele mai indicate, se recurge la altele, înlocuitoare. Deși maladia se combate atunci mult mai anevoie, întrucît medicamentele la care se recurge nu au fost concepute pentru tipul respectiv de afecțiune, ele fiind cele mai indicate în alte situații, se poate ajunge, totuși, la rezultate bune. Medicamentele utilizate ca înlocuitori ai produselor farmaceutice ideale în combaterea unei anumite afecțiuni se numesc *succedanee*. În absența antibioticelor indicate pentru combaterea diferitelor infecții, se poate recurge, bunăoară, la sulfamide. În acest caz, sulfamidele îndeplinesc funcția de succedaneu al celui mai indicat medicament,

care însă lipsește. În cazurile în care, pentru combaterea unei anumite afecțiuni sînt indicate doar sulfamidele, acestea nu mai apar ca succedanee.

În procesul de cunoaștere și însușire a valorilor artistice ale umanității apare, din acest punct de vedere, problema *succedanțelor artistice*, acei înlocuitori de artă în măsură să suplinească, vremelnice, și într-un oarecare grad, opera de artă autentică. Desigur, ele nu pot fi confundate cu arta, dar, în același timp, le vom recunoaște, indiscutabil, apartenența la domeniul general al esteticului. Înlocuind arta autentică, succedanele o secondează și cultivă interesul public pentru aceasta, ca și respectul pentru marile ei valori. Succedanele artistice afectează astăzi viața a milioane și milioane de oameni de pe planeta noastră. Persoane de cele mai diverse formații pot ajunge, astfel, în contact — cei drept, mijlocit — cu marile valori ale artei. Din păcate, rolul lor în formarea gusturilor a ajuns să aibă astăzi o pondere mult mai mare decît cea cuvenită. În asemenea situații, oamenii tind să se raporteze la arta autentică potrivit criteriilor valabile în relația cu succedanele, intervenind o periculoasă confuzie de planuri. Desigur, în condițiile unei strategii culturale complexe, urmărind formarea unui om conștient de acțiunile în care se angajează, de raporturile sale cu trecutul lumii din care face parte, de raporturile sale cu ceilalți, de sensurile superioare ale societății în a cărei făurire se află angajat, intervine problema îmbinării armonioase a accesului la artă, atît prin contactul direct cu valorile acesteia, cît și printr-un contact indirect, realizabil grație diferitelor tipuri de succedanee.

Alături de înlocuitorii tehnici și industriali de artă care se legitimează exclusiv din perspectivă culturală — succedanele — trebuie reținuți alții, legitimabili din perspective diferite. De obicei, acești a prezintă importanță ca *forme*, și nu ca *imagini*. Astfel pot fi înțelese formele utilitare, produse industriale, ce comportă anumite decorații-

uni, obținute și aplicate cu mijloace mecanice la scara marilor serii. Este limpede că acestea nu țin nici de domeniul design-ului, nici de cel al artei. După cum se va putea vedea în continuare, domeniul design-ului înglobează numai formele — cel mai adesea utilitare — produse cu mijloace industriale, a căror dimensiune estetică e dictată de funcțiile ce trebuie să le îndeplinească. De aceea, frumusețea produselor „tip design“ ține numai de geometrismul formelor, decorațiunile și ornamentele — înțelese ca adaosuri nejustificate funcțional — fiind întotdeauna excluse. De data aceasta, însă, ne aflăm în fața unor produse industriale al căror spectacol se bazează, în mare măsură, pe decorațiuni și ornamente. *Formele de ceramică realizate în serie, decorate prin decalcomanie, formele de sticlă cu decorațiuni realizate prin turnare ori ștanțare*, în spiritul celor pe care artiștii le obțin prin gravare ori sablare, *panourile decorative realizate din materiale textile, în tehnicile imprimeurilor, covoarele produse industrial, dantelele*, chiar unele „*replîci*“ ale broderiei produse, de asemenea, pe cale industrială, fără a mai vorbi de formele de metal — de la *servicii de masă* pînă la *bijuterii* — se bucură astăzi de mare căutare și se dovedesc accesibile sub aspect material pentru foarte mulți oameni. Dintre formele de metal, *podoabele* ar merita o atenție deosebită. Procedeele industriale moderne permit obținerea unor bijuterii din imitații ale metalelor nobile și pietrelor prețioase, prin încrustare, montare, turnare, ștanțare, filigranare, emailare — care diferă, vizual, relativ puțin de formele, unicat. *Strass*-urile sau *gablonz*-urile — denumire dată bijuteriilor realizate într-un atare spirit, după numele orașului unde, la început, s-a dezvoltat industria respectivă — pot fi reținute printre exemplele semnificative în acest sens.

Pentru obiectele de ceramică, precum și pentru unele obiecte de uz casnic, din metal — concepute în spiritul formelor artistice decorative, dar realizate la scară industrială și cu mijloace industriale — putem reține două direcții pe linia cărora

producția lor se dezvoltă astăzi. O direcție privește formele care — ca profil și decor — se prezintă drept „continuări“ ori imitații ale unor realizări artizanale de altădată. Desigur, raportate la ceea ce a consacrat ca reprezentativ secolul XX, ele pot părea desuete. Gusturile cumpărătorilor nu sînt însă uniforme. Există și o clientelă mai tradiționalistă, ce resimte nevoia legăturii cu trecutul, chiar și atunci cînd e vorba de obiectele funcționale din preajmă. Dacă formele și decorațiunile tradiționale sînt preluate pentru a fi produse pe cale industrială corect, în ideea unei reactualizări simbolice a diferitelor soluții compoziționale caracteristice pentru anumite stiluri artistice din trecut, putem spune că ne aflăm tot în fața unor înlocuitori de artă, cu toate că motivația lor principală nu e neapărat culturală. Nu o dată însă, încercînd să epateze clientela neavizată estetic, industria își permite diverse „inovații“ ce apropie înlocuitorii la care ne referim de Kitsch. Se preiau, de exemplu, unele motive decorative specifice formelor textile și se aplică pe forme de metal emailate — vase de bucatărie, lighene, alte recipiente —, se preiau motive specifice decorațiunilor populare în lemn, fără a se ține seama de materialul care le-a consacrat sau de apartenența lor la o zonă etnografică determinată și se aplică unor produse de ceramică cu profil modern. Fără îndoială, prin atari „rezolvări“ se amplifică în general confuzia dintre arta populară, artele decorative, arta industrială și design.

Cealaltă direcție pe linia căreia se afirmă producția înlocuitorilor de artă privește atît formele artistice decorative moderne, preluate pentru producția în serie cu statut de prototip, cît și creațiile specialiștilor din industrie, constituind profiluri și soluții tehnice noi, specific contemporane, concepute numai pentru producția în serie (practic atari forme nu înlocuiesc nimic concret, ci constituie, ele însele, prezențe chemate să introducă un plus de frumusețe în viața omului,

cu precizarea că obținerea lor s-a făcut pe cale industrială).

Alături de grupul înlocuitorilor tehnici și industriali de artă trecut în revistă pînă acum, se cere luat în discuție și un altul, întrucîtva derutant, afectînd negativ viața estetică, atît în funcție de specificul național al culturilor, cît și în funcție de coordonatele principale ale civilizației secolului XX. Este vorba despre surogate.

3. Surogatele

La nivelul vorbirii curente, prin surogat se înțelege produsul realizat industrial, din materiale necostisitoare, prezentînd, sub aspectul colorației, granulației, mirosului sau gustului, asemănări cu cele scumpe, chemat să înlocuiască pe piață un alt produs, de calitate superioară, care, ori nu se găsește, ori — dacă se găsește — nu e accesibil tuturor cumpărătorilor, datorită prețului său ridicat. Numeroasele descoperiri moderne din domeniul chimiei, apariția și utilizarea tehnologiilor perfecționate de prelucrare a vechilor materiale, ca și a celor noi, au facilitat, desigur, expansiunea surogatelor de artă în ultimele două secole. Există însă și alte cauze, mai profunde, ale acestei expansiuni, care nu pot fi trecute cu vederea.

Dezvoltarea vieții economice din jurul vechilor nuclee de viață urbană — burgurile în Occident, tirgurile, la noi — și apariția noilor cartiere, la periferia orașului, presupun o populație eterogenă, provenită, de obicei, din lumea satului. În condițiile în care legătura cu valorile civilizației rurale nu mai poate fi menținută, în condițiile în care valorile superioare ale civilizației urbane nu sînt încă suficient asimilate, întîlnim nu puțini oameni în „derută estetică“. Cum accesul la arta autentică ce necesită „efort de înțelegere“ a fost și va rămîne mereu, într-o oarecare măsură, dificil pentru persoanele insuficient instruite, confuzia dintre valorile adevărate și surogatele acestora

devine frecventă. Pe fondul acestei dezorientări — caracteristică pentru populația venită de la sate și stabilită, aproape fără excepție, la periferia marilor orașe, acolo unde se înfiripau nucleele de viață industrială — își face apariția și se dezvoltă negoțul cu surrogatele de artă. Dacă la marile valori ale artei „culte” omul de la periferia orașului nu are acces, iar citeodată nici nu este interesat de ele, întrucât nu le „înțelege”, atunci i se pot propune diferite surrogate, care să vină în întâmpinarea preferințelor sale. Producătorii de surrogate propun cumpărătorului forme care epatează prin coloritul strident, prin anecdotică facilă a subiectelor, prin implicațiile licențioase ale gesturilor, pozițiilor sau atitudinilor personajului „representat”, în condițiile unor lucrări haotice și stângace, la început executate artizanal. Ele nu sînt nici copii, nici replici, nici reproduceri și nici măcar imitații nereușite, ci niște producțiuni concepute doar ca aluzie trivială la materialele, tehnicile, tematica și problematica artei.

Spre deosebire de succedanele artistice, care nu au altă pretenție decît aceea de a evoca opera autentică, producțiunile la care ne referim se pretind de același „rang” cu arta, chemate fiind, chipurile, nu să o înlocuiască, ci să o concureze. Asistăm, în aceste condiții, încă din secolul al XVIII-lea, pretutindeni în Europa, acolo unde se dezvoltă nucleele de viață industrială, la proliferarea producției de surrogate artistice. Aceasta preia și dezvoltă abil efectele vechilor artificii de bilci, efectele spectacolului din arena circului, asociate — după caz — și cu anumite soluții întilnite în cadrul diverselor tipuri de manifestări populare. Produsul este conceput doar ca să placă și ca să se vîndă; nu interesează implicațiile negative, de ordin moral, sau — pe un plan mai larg — cultural, pe care eventual le-ar putea avea. Caracterul nociv al surogatelor de artă, înțelese astfel, apare limpede.

Intervine, mai întîi, problema confuziei între arta autentică și produsul ce se pretinde drept echivalent al acesteia, fără a poseda însă aceleași

sensuri estetice. De altminteri, esteticitatea e întotdeauna subordonată celorlalte note ale surogatului — narativismul facil, dulcegăria, eventuala anecdotică licențioasă etc.

Intervine, în al doilea rînd, problema mentalităților și comportamentului subcultural, cu implicații morale negative, vehiculate prin intermediul compozițiilor specifice surogatelor de artă.

Intervine, în al treilea rînd, problema alterării gusturilor la mase impresionate de oameni ce ajung să se complacă în compania unor forme lipsite de orice valoare artistică, numai fiindcă sînt capabile de niște trimiteri complice spre treptele inferioare ale omenescului, trimiteri al căror conținut poate fi sesizat în absența oricărei pregătiri culturale.

Deși destinate inițial doar populației locuind la periferia marilor orașe, aflată în derută estetică, surrogatele încep să contamineze, mai întîi zonele de contact imediat, apoi unele zone situate chiar spre centrul vieții culturale.

Industria surogatelor de artă înglobează azi o vastă rețea de microîntreprinderi prospere, care își desfac, de obicei produsele în zonele de intensă circulație pietonală sau în punctele de interes turistic.

4. Fenomenul Kitsch

Se întrebuițează curent, de la o vreme, cuvîntul german „Kitsch” pentru a desemna înlocuitorii de artă avînd la bază principiul surogatului. Se înțelege că, reținut cu atari accepțiuni, „Kitsch” se referă atît la surrogatele produse artizanal, cit și la cele produse industrial. Trebuie să fim, totuși, prudenți; realitatea Kitsch-ului se dovedește mult mai vastă decît cea a înlocuitorilor de artă. Adevărul este că termenul în cauză nu posedă o semnificație precisă și adeseori se discută despre Kitsch bănuindu-se doar ceea ce el ar putea fi.

Nici originile termenului nu sînt sigure. Ele au fost puse în relație mai întîi cu englezescul *sketch*, însemnînd schiță, improvizație, cuvînt care, pătruns în limba germană — după transformările de rigoare — ar fi căpătat forma actuală. Ele au fost puse în relație, apoi, cu un alt cuvînt, de asemenea englezesc: *kitchen*, care ar fi fost preluat de către germani pentru a desemna deco-rațiunile naiv-idilice executate din materiale textile, în tehnicile broderiei, destinate bucătăriilor familiale de altădată. Abraham Moles (n. 1930) în *Psychologie du kitsch. L'art du bonheur* (Paris, 1971) * dă ca sigură o sursă pur germană: *ver-kitschen*, verb ce poate fi tradus prin a măslui, a vinde un produs degradat, fără să i se observe defectele.

Pătruns în vocabularul cotidian, „Kitsch“ desemnează, pretutindeni, impostura estetică, surogat insolent ce sfidează valorile culturale majore. El se face simțit nu numai la nivelul formelor — concepute ca spectacol naiv și incoerent — dar și la nivelul atitudinii celor care contemplă respectivele forme, pe linia unei preferințe intime pentru tot ce se dovedește sentimentalism, dulcea-gărie, vulgaritate complice.

Toate *produsele Kitsch* urmăresc „satisfăcerea“ cumpărătorului, astfel încît volumul vânzărilor să fie cît mai mare. Nici un fel de considerente de ordin moral, educațional sau filosofic nu prezintă importanță. „Omul trebuie să aibă posibilitatea de a cumpăra ieftin ceea ce-i place“ — sună principalul slogan comercial al Kitsch-ului.

În funcție de artele pe care le simulează producția de surogate, putem vorbi despre un Kitsch literar, despre un Kitsch pictural, despre un Kitsch teatral și altul cinematografic.

Sub alt aspect, intervine problema distincției între Kitsch-ul tradițional și cel modern. „Pictura de gang“ stă, indiscutabil, sub semnul Kitsch-ului. Nu se situează însă prea departe nici anumite

spectacole filmice ori televizive cu subiecte induio-sătoare, căutînd, cu orice preț, să stoarcă lacrimi. Tot ce nu-i autenticitate apare drept Kitsch. Bineînțeles, producția de Kitsch nu poate fi concepută în absența unei clientele — „consumatorii“ — de profil. Oamenii determină producția, iar producția determină oamenii, observa — pe bună dreptate — Marx.

Totuși, din cine este compusă, pînă la urmă, clientela Kitsch-ului? De bună seamă, prin comparație cu secolele precedente, în vremea noastră ea se prezintă altcum structurată. Nu se mai pune neapărat problema unei populații nevoiașе, pentru care „marea artă“ se dovedește inaccesibilă sub aspect material. Nu se mai pune nici problema dificultăților de deplasare spre centrele sau „templele“ artei autentice. Nu se mai pune nici măcar problema nevoii de artă, pentru satisfacerea căreia sînt solicitați înlocuitorii. Clientela contemporană a Kitsch-ului simte numai nevoie de Kitsch.

S-ar părea că argumentul sociologic este cel mai în măsură să ne ajute a explica vasta clientelă contemporană a Kitsch-ului. Unii autori au crezut, și mai cred, că interesul crescînd pentru produsele Kitsch se află în nemijlocită relație cu unele resorturi specifice societății occidentale „de consum“, ca și cu influențele pe care aceasta a ajuns să le exercite, la scară planetară. Jean Baudrillard de exemplu, în *La société de consommation*, e de părere că impresionanta clientelă a Kitsch-ului trebuie înțeleasă din perspectiva faptului că „societatea de consum“ permite fiecăruia accesul la orice poziție socială, ceea ce atrage după sine și accesul la un confort material corespunzător, fără ca omul să fie pregătit pentru a beneficia de acesta cel mai bine. „E vorba de o societate mobilă; largi straturi ale populației pot urca scara posibilităților de confort accedînd la un statut superior și în același timp la o cerere culturală ce constituie expresia dorinței de a face cunoscut acest statut prin semne. La toate nivelele, generațiile de «parveniți» vor să aibă panopia lor. Inutil, deci, să acuzi «vulgaritatea» publicului

* Abraham Moles, *Psihologia Kitsch-ului*, București, Ed. Meridiane, 1980.

sau «tactica» cinică a industriașilor care caută să-și strecoare marfa de proastă calitate. Dar, oricît de important ar fi acest aspect, el nu poate explica creșterea canceroasă a volumului de «pseudo-obiecte». Trebuie să existe pentru aceasta o cerere, iar cererea este în funcție de mobilitatea socială. Nu există Kitsch într-o societate fără mobilitate socială: un «parc» limitat de obiecte de lux este suficient ca material distinctiv pentru clasa privilegiată. Chiar copia unei opere de artă are valoare de «autentic» în epoca clasică. Dimpotrivă, marile epoci de mobilitate socială sînt cele care cunosc înflorirea obiectului sub alte specii*.

Kitsch-ul a proliferat însă și înaintea societății occidentale „de consum“, așa încît explicația lui Baudrillard nu rezistă decît cel mult parțial unui examen critic serios. Pe bună dreptate, criticul de artă iugoslav Alexa Čelebanović, într-un studiu despre natura Kitsch-ului tradițional exprima opinia că interesul contemporan pentru produsele Kitsch se datorează unor cauze mult prea complexe pentru a fi explicat mulțumitor doar în lumina aspectului său sociologic. „N-aș zice că Kitsch-ul se naște dintr-o nevoie intimă a omului. Creîndu-și cale liberă către spiritele inculte și ingenuie, care nu sînt capabile încă de o alegere matură în numele unor exigențe culturale adevărate, Kitsch-ul pătrunde în suflet ca infecția într-un organism incapabil de rezistență. Economia modernă ar defini fenomenul în termenii creării de noi trebuințe în rîndul consumatorilor, pe baza presiunii ce o exercită piața. Cu alte cuvinte, producătorii de Kitsch își pun marfa în vinzare și ajung foarte repede să-și asigure o clientelă la care nici nu se așteptau. E cazul să ne întrebăm în legătură cu rațiunile unui asemenea succes. Lipsa de educație nu e de ajuns pentru a explica destinul Kitsch-ului. Chiar dacă imaturitatea indivizilor ce-l consumă ar fi condiția esențială a fenomenului, conceptul

însuși de imaturitate e prea amplu ca să poată desemna cu precizie substanța problemei ce ne preocupă*.

Convins, probabil, de vulnerabilitatea argumentului strict sociologic, Abraham Moles, în lucrarea citată anterior îl preferă pe cel psihologic. El pornește de la premisa că, cel puțin la prima vedere, Kitsch-ul relevă un caz de comportament estetic aberant. Împotriva oricărei logici, mase impresionante de indivizi, de formație intelectuală foarte diversă, refuză ori evită produsul artistic autentic, preferînd surogatul acestuia. Normal ar fi ca lumea să se intereseze, în primul rînd, de valorile artistice promovate prin intermediul instituțiilor culturale de recunoscut prestigiu — academii, muzee, săli de expoziții... În realitate, tot mai mulți indivizi, fugind de „arta care pune probleme prea grave și complicate“ se complac în compania efectului vizual facil, prezentat la nivelul tipului de compoziție incoerentă, specific surogatului. Întîlnim astfel adevărate situații de „perversiune estetică“; trăirile încercate nu se mai legitimează în raport cu forma contemplată, ci în raport cu trimiterele pe care aceasta le face la o realitate extra-estetică ce poate fi imaginată. De aceea Moles crede că pentru înțelegerea fenomenului Kitsch nu e suficient numai studiul claselor de obiecte-surogat pe care sîntem tentați să le reținem ca definitorii. Deopotrivă definitoriu se dovedește și comportamentul fiecăruia față de surogat.

După Abraham Moles, ține de esența umană ispita idealizării posibilului, a fabulării viitorului în consens cu dorințele încă neimplinite, în consens cu acea fericire după care orice îns tinjește. S-ar putea vorbi deci — crede Abraham Moles — despre o anumită „deschidere“ innăscută a omului către Kitsch și numai printr-o muncă educativă susținută pe linia celor mai semnificative valori artistice din patrimoniul tuturor culturilor

* Jean Baudrillard *Op. cit.* pag. 166.

* Gillo Dorfles *Il Kitsch — antologia del cattivo gusto* —, Milano, Mazzotta editore, 1968, pp. 282—284.

pot fi atenuate consecințele ei negative. De aceea sînt puține persoanele în măsură a se sustrage complet de la tributul pe care-l impune Kitsch-ul. Putem distinge, dimpotrivă, epoci și tipuri de societate în care această „deschidere” a fiecărui individ spre Kitsch ajunge să fie chiar cultivată.

Astfel, Abraham Moles sugerează posibilitatea deslușirii unui oarecare coeficient de Kitsch pînă și în cadrul artei autentice, atunci cînd avem de-a face cu opere care ni se dezvăluie fie în sensul dulcegăriei și idilismului, fie în sensul unui patetism prin care se urmărește impresiunea, cu orice preț, a publicului. A doua parte a titlului cărții lui Abraham Moles (*Psihologia Kitsch-ului. Artă fericirii*) sugerează mai mult decît spune textul în această privință. Dar dacă am accepta interpretarea pe care autorul francez o dă Kitsch-ului, atunci ar trebui să recunoaștem că întreaga istorie a artei trebuie să fie rescrisă.

Abraham Moles se întreabă și el: de ce tocmai în condițiile lumii contemporane apare problema proliferării alarmante a Kitsch-ului? Răspunsul propus vizează amplul proces de alienare a omului, în condițiile unei societăți ce întretine perseverent iluzia că fericirea poate fi obținută prin evadarea imaginară din real. Cultura de masă capitalistă se caracterizează integral prin Kitsch. E o cultură Kitsch, cu toate consecințele ce decurg dintr-o asemenea stare de lucruri, dintre care prima se dovedește a fi aceea a convertirii criteriului comercial în criteriu estetic. Artă adevărată se vede astfel înstrăinată de cei cărora le este — sau ar trebui să le fie — adresată.

La diferite conferințe și simpozioane se invocă necesitatea unor îngrădiri menite să facă imposibilă producția de obiecte Kitsch. Însă, atîta timp cît va exista o clientelă avidă de Kitsch, restricțiile, ori interdicțiile nu pot constitui soluții valabile. Ceea ce ține de convingerile oamenilor și de nevoile lor intime nu poate fi schimbat cu ajutorul măsurilor administrative. Se impune — treabă anevoioasă și de lungă durată — o complexă muncă de educație estetică urmărind formarea unor con-

vingeri opuse celor ce facilitează existența Kitsch-ului; se impune formarea unei noi sensibilități care se poate realiza cel puțin la generația tînără. Cum considerațiile pe asemenea teme depășesc însă obiectivul prezentului capitol, aici nu putem decît să prezentăm fenomenul, semnalînd necesitatea aprofundării lui. Vechea estetică a ezitat întotdeauna să-și asume această misiune. De altfel, chiar printre esteticienii de astăzi nu se înregistrează un deplin acord, nici în legătură cu legitimitatea studiilor despre Kitsch, nici în legătură cu semnificațiile ce i se pot atribui.

Dat fiind caracterul estetic nociv al produselor Kitsch, se consideră uneori că a te ocupa de studiul lor constituie ceva înjositor, avînd în vedere ambițiile pe care le nutrea inițial Baumgarten — acelea de a pune bazele unei științe a artei și a frumosului. E bine să se observe, totuși, că poziția astfel exprimată seamănă cu cea a naturalistului ridicol care nu acceptă studiul anumitor viețuitoare — cum ar fi viermii, rimele, șerpii fiindcă îi provoacă repulsie. Evident, estetica e pusă astăzi în situația de a se ocupa și de fenomene care depășesc orizonturile investigate, pentru prima dată, cu mai bine de două sute de ani în urmă de către Alexander Baumgarten. Studiul fenomenelor situate la granița dintre estetic și celelalte componente ale realului consacră o problemă pe care Baumgarten nu o putuse prevedea la 1750.

Poate fi întîlnită și opinia — mai ales la antropologi, sociologi și teoreticieni ai culturii — că fenomenul Kitsch nu ar trebui reținut numai cu semnificații negative. Concludentă se dovedește, în acest sens, atitudinea cunoscutului sociolog american Edward Benjamin Shils (n. 1905), exprimată într-un studiu celebru *Mass Society and its Culture* (1960): „Se obișnuiește să se ridiculizeze Kitsch-ul și el este, într-adevăr, ridicol. Totuși, el reprezintă expresia unei forme de sensibilitate estetică. E adevărat că această formă de sensibilitate estetică este mai puțin controlabilă, mai grosolană și mai deformată, dar faptul că ea poate fi

întilnită frecvent e greu de pus la îndoială. De altfel, însăși dezvoltarea Kitsch-ului și cererea care a generat industria producătoare de Kitsch constituie indiscutabilul indiciu al unei primitive deșteptări estetice la mulțimi care înainte acceptau ceea ce ajungea pînă la ele de sus, rămînind străine universului de activitate estetică“.* Asemenea interpretări — dacă sînt acceptate — obligă la o completă schimbare de perspectivă asupra Kitsch-ului.

Astfel, tot ce se poate spune la ora actuală despre Kitsch este că însuși conceptul său comportă destule neclarități. E nevoie să mai treacă timp, dar e nevoie și să se insiste, în sensul unor investigații mai ample și mai profunde asupra fenomenului în cauză.**

5. Instabila scară a gusturilor

Poate fi întilnită, cîteodată, în locul termenului de Kitsch sau pentru a explica Kitsch-ul, formula *artă de prost gust*. În realitate nu este vorba despre nici un fel de artă, ci numai de surrogatele ce pot altera gusturile, așa cum ele se profilează din perspectiva celor mai de seamă realizări artistice ale popoarelor. Prin gust trebuie să se înțeleagă, de astă dată, măsura în care membrii diferitelor grupări umane — stabile sau instabile — se dovedesc sensibili față de calitățile estetice obiective ale formelor, putîndu-se astfel implica afectiv în realitatea acestora. Termenul de gust artistic ar desemna, din acest punct de vedere, capacitatea unei persoane de a fi sensibilă la calitățile estetice reale ale operei contemplate — pe linia a ceea ce arhitectura, sculptura, pictura, grafica, muzica, dansul etc. au consacrat ca valori cu semnificație superioară.

* Trad. italiană *La società di massa e la sua cultura*, în volumul *L'industria della cultura*, Milano, Bompiani editore, 1969, pag 132.

** La noi, o încercare cu totul remarcabilă, în acest sens, rămîne lucrarea lui Gavril Máté *Universul Kitschului*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia, 1985.

Gustul poate fi astfel conceput, atît în spațiu, cît și în timp. Fiecare comunitate umană este creatoare a unor valori artistice inconfundabile. În funcție de aceste valori, ca și în funcție de valorile create de întreaga omenire, la care membrii comunității respective au acees, se definește gustul estetic. El va comporta, deci, întotdeauna, atît o seamă de determinatii locale, regionale, naționale, cît și o seamă de determinatii universale.

Cînd comportamentul estetic al unei persoane se afirmă prin sfidarea valorilor artistice superioare, pentru care comunitatea umană din care face parte nutrește respect și admirație, intervine problema *prostului gust*.

După mileniile și secolele de artă, consacrată prin atitea opere de valoare, găzduite astăzi în muzee, expuse în locurile publice din incinta orașelor, a persevera sau a te complăce la nivelul efectelor puerile prin care căutau să impresioneze cîndva cei ce-și valorificau produsele în condiții de bilci sau la nivelul efectelor ce exploatează valențele gestului obscen, trivial, vulgar, este de *prost gust*.

Problema gustului devine actuală, în contextul prezentei dezbateri, referitoare la domeniul înlocuitorilor tehnici și industriali de artă, din momentul cînd ajungem să recunoaștem adevărul că sensibilitatea fiecărui individ față de calitățile estetice obiective ale formelor se modelează astăzi pe căi foarte diverse. Printre acestea, una se dovedește a fi cea a imaginilor menite să relateze concret „cazurile“ de artă mai semnificative. Albumul, diapozitivul, discul joacă acum un rol extrem de important în formarea gustului artistic la mase uriașe de oameni. În situațiile ideale, experiența rezultînd din relația nemijlocită cu opera e completată de cea rezultînd din relația cu înlocuitorii acesteia. Adeseori, însă, prevalează doar experiența rezultînd din contactul mediat cu arta. Astfel, onestitatea înlocuitorilor se dovedește hotărîtoare. Dacă prin intermediul lor arta e relatată mistificat, intervine deruta. A deosebi valoarea

de non-valoare — la nivelul judecății estetice — va fi atunci, dacă nu imposibil, oricum, anevoie realizabil. De aceea, Kitsch-ul reprezintă un adevărat pericol estetic. Gravitatea lui e mai puțin evidentă atîta timp cît nu abordăm realitatea înlocuitorilor de artă ca domeniu estetic autonom; aceasta pierzîndu-se printre preocupările referitoare la dezvoltarea artei în lumea contemporană.

IX

AMENAJAREA ESTETICĂ A SPAȚIILOR ARHITECTURALE — INTERIOARE ȘI EXTERIOARE

Dintre domeniile estetice extra-artistice ce s-au impus cu precădere în lumina fenomenelor de civilizație specifice secolului XX, *amenajatul estetic* comportă, fără îndoială, cele mai serioase dificultăți de prezentare. Mai întîi, pentru că unele din situațiile ce par a-l caracteriza pot fi incluse, deopotrivă, și în perimetrul artei sau al design-ului. Pe de altă parte, nici denumirea nu e încă fixată, utilizîndu-se mai multe expresii: *arta interiorului*, *design-ul ambiental* etc. E adevărat, din punct de vedere semantic ele acoperă numai unele secțiuni, zone sau aspecte ale realității la care ne vom referi, dar cei care le întrebuințează nu se dovedesc interesați de acest lucru. Intervine, apoi, mai mult decît în cazurile precedente, problema absenței punctelor de sprijin. Presupunînd nu altă creație, cît distribuție de forme existente într-un spațiu arhitectural determinat, amenajatul estetic continuă să fie considerat încă prea puțin demn de a reține atenția urmașilor spirituali ai lui Alexander Baumgarten. Lipsesc, de aceea, studiile riguroase, totul reducîndu-se la simple „reflecții“, „notații“, sau comentarii poetizante, situate la antipodul oricăror ambiții de sistematizare.

E necesar, astfel, să fim cît mai expliciti, chiar cu riscul repetării unor adevăruri cunoscute.

Primul dintre adevărurile cunoscute pe care ne vedem obligați să le repetăm privește faptul

că formele tridimensionale, obținute în tehnicile edificării, definitorii pentru arhitectură, sînt chemate să răspundă, înainte de toate, unor nevoi umane concrete și comportă, deci, o destinație precisă. Spectacolul *formei arhitecturale* apare, așadar, condiționat de funcționalitatea acesteia. Întotdeauna arhitectul gîndește forma în conformitate cu destinația pe care aceasta urmează să o aibă. Desigur, obligativitatea satisfacerii cerințelor de ordin funcțional, din perspectiva cărora forma arhitecturală se legitimează în primul rînd, implică evidente restricții pentru proiectant. Ele se cer depășite însă astfel încît edificiul, corespunzînd destinației sale, să constituie, totuși, o prezență generatoare de spectacol. O formă tridimensională, construită, care nu apare ca prezență generatoare de spectacol devine „altceva decît arhitectură”, în pofida funcționalității sale. În egală măsură, ambiția de a impune cu prioritate forma tridimensională construită ca prezență generatoare de spectacol, îi poate afecta negativ funcționalitatea, iar dacă ajunge să i-o anuleze, respectivul imobil devine, de asemenea, „altceva decît arhitectură”.

Al doilea dintre adevărurile cunoscute, ce se cuvin repetate în contextul dezbaterii noastre, privește faptul că forma arhitecturală, tocmai în virtutea funcționalității sale inerente, comportă cu foarte puține excepții, două tipuri de spațiu importante din punct de vedere estetic — spațiile interioare și spațiile exterioare. Există forme tridimensionale, cum sînt cele decorative din ceramică sau din sticlă, obținute în tehnicile modelării, presupunînd un singur tip de spațiu important din punct de vedere estetic — spațiul exterior, unicul perceptibil vizual la scară umană firească, în funcție de lumina ce-l pune în valoare. În cazul arhitecturii, însă, forma își dezvăluie spectacolul, atît din interior, cît și din exterior, dirijarea luminii naturale spre spațiile închise și iluminatul figurînd printre problemele importante pe care arhitectul le are de rezolvat pe parcursul proiectării.

Principalele spații interioare, ce consacră spectacolul forme arhitecturale, potrivit destinației sale, sînt cele prevăzute pentru diferite activități cu caracter permanent, pentru diferite manifestări avînd statut de festivități, ceremonii sau solemnități, pentru circulat sau eventual staționat.

Principalele spații exterioare ce consacră spectacolul forme arhitecturale sînt, în sens strict, cele prin care aceasta se prezintă ca atare privitorului în orice punct situat din afara ei. Pentru operațiunile de amenajare estetică prezintă importanță deosebită fațada. E asimilat, intrucitva spațiului arhitectural exterior și terenul înconjurător, în absența căruia edificiul nu și-ar putea dezvălui spectacolul. În cadrul aceluiași perimetru urban mai intervine și problema celui spațiu prin care edificiile se raportează unele la altele. Piețele, bulevardele, străzile, parcurile sînt asimilate, de asemenea, spațiilor arhitecturale exterioare și intră în sfera de preocupări a *urbanisticii*, una din componentele arhitecturii.

În funcție de activitățile și manifestările ce urmează a se desfășura în cadrul spațiilor arhitecturale interioare, sau în relație cu cele exterioare, se impune periodic necesitatea unor amenajări de ordin funcțional, ori a unor amenajări de ordin estetic.

Termenul de *amenajare* desemnează, în general acțiunile de punere în valoare a calităților specifice unui anumit spațiu, pentru ca el să corespundă în mod optim destinației sale actuale.

Amenajările de ordin funcțional — cum ar fi, pentru spațiile arhitecturale interioare, cele privind apa curentă, încălzirea, iluminatul electric, aerisirea — nu ne interesează acum.

Amenajările de ordin estetic vizează un complex de intervenții prin care sînt puse în valoare sau sînt suplimentate calitățile vizuale ale unui spațiu arhitectural existent. Ceca ce întreprinde specialistul în acest domeniu urmărește transformarea respectivului spațiu într-un cadru estetic adecvat desfășurării diferitelor activități,

potrivit destinației edificiului, sau diferitelor manifestări prilejuite de anumite evenimente importante.

E de la sine înțeles că acțiunile de amenajare estetică diferă, în funcție de cele două categorii de spații arhitecturale — interioare și exterioare. Ele diferă, deopotrivă, și în funcție de destinația formelor, care pot fi, atunci când ne referim la arhitectura civilă privată, locuințe sau reședințe, iar atunci cînd ne referim la arhitectura civilă publică: edificii administrative, comerciale sociale școlare, culturale, turistice.

Mai trebuie repetat oare că activitățile și manifestările ce urmează să aibă loc în limitele unui spațiu arhitectural dat determină specificul acțiunilor de amenajare estetică ce trebuie întreprinse?

Oricum, pe ansamblu, esențial se dovedește faptul că domeniul de care ne ocupăm presupune existența unui spațiu arhitectural ale cărui calități estetice urmează a fi puse în valoare — sau chiar suplimentate — prin reordonarea lui. Intervențiile se operează diferențiat; de obicei, cu forme existente, realizate din materiale durabile, unele putînd avea și caracter utilitar ca, de pildă, mobilierul — atunci cînd în respectivul spațiu urmează să se desfășoare o activitate de lungă durată —, dar și cu anumite creații ad-hoc, reclamate de specificul manifestărilor, atunci cînd în respectivul spațiu urmează să se desfășoare anumite festivități, ceremonii, solemnități. Ele constau în dispunerea formelor astfel încît funcționalitatea spațiului amenajat să nu fie afectată negativ prin obținerea unei ambianțe vizuale armonioase și echilibrate în toate privințele. Reținem principalele categorii de cazuri specifice amenajatului estetic.

Prima categorie privește spațiile destinate activităților cotidiene, indiferent de natura lor. Formele la care se apelează, în aceste condiții stau, așa cum am mai arătat, sub semnul permanenței, unele putînd avea caracter utilitar, altele caracter simbolic sau evocator, altele carac-

ter artistic. Natura activităților desfășurate într-un anumit spațiu, potrivit destinației — integrale sau parțiale — a edificiului impune, totuși, evidente diferențieri. E suficient să ne referim, astfel, numai la situațiile specifice arhitecturii civile contemporane. Deosebirile dintre operațiunile de amenajare estetică, în funcție de specificul activităților desfășurate în diferitele spații interioare ale unui imobil, sînt atît de mari încît a nu ține seama de ele apare aberant.

Să luăm, de pildă, cazul arhitecturii private. Ea aduce în discuție, cu prioritate — pentru spațiile interioare — problematica amenajării estetice a locuinței. În condițiile marilor aglomerații urbane, aceasta se identifică tot mai mult cu ceea ce desemnăm în limba română prin expresia „apartament de bloc”. „Apartamentul de bloc” a devenit chiar, cel puțin la noi, un fel de unitate de măsură pentru spațiul arhitectural interior pe care îl ocupă o familie. Identificată cu apartamentul de bloc din două, trei sau mai multe camere, locuința apare ca un spațiu arhitectural interior în condițiile căruia se desfășoară cea mai mare parte din viața oamenilor. După orele de muncă, prestate undeva „în oraș”, fiecare se retrage acasă, locuința constituind astfel nu numai adăpost, nu numai spațiu de refacere fizică, ci și spațiu de refacere spirituală — de meditație și conversație, de lectură, de educare a copiilor etc. Pe de altă parte, alături de aspectele strict private ale vieții de familie, desfășurată în limitele locuinței, se cer avute în vedere și altele, asimilabile celor publice, cum sînt vizitele rudelor, prietenilor, cunoscuților.

Calitatea de spațiu agreabil a încăperilor intrînd în componența oricărei locuințe se asigură prin intervenții ce implică dispunerea rațională a pieselor de mobilier, a unora dintre obiectele de uz casnic, a celorlalte elemente — funcționale sau nefuncționale — astfel încît împreună să formeze un tot armonios și echilibrat. E nevoie pentru aceasta nu numai de bun gust, ci și de o anumită pricepere, fapt care face necesară

existența și intervenția specialistului. Cum, cel puțin la noi, unde, deocamdată, pentru amenajarea propriei locuințe, nu se obișnuiește să se recurgă la ajutorul unui specialist, s-ar dovedi utilă ideea acțiunii de inițiere în acest sens a diferitelor categorii de populație, prin intermediul școlii, prin intermediul emisiunilor TV, prin intermediul pliantelor distribuite de către magazinele de mobilă, prin intermediul rubricilor de specialitate ale diferitelor publicații. Nu trebuie uitat că foarte multe familii se mută astăzi în locuințe nou construite.

Spațiile interioare specifice arhitecturii civile publice necesită acțiuni de amenajare estetică concepute pentru a sublinia cu precădere caracterul oficial al activităților ce se desfășoară în perimetrul lor. Excepție fac doar edificiile turistice — hotelurile, motelurile etc. — ce presupun acțiuni de amenajare estetică întrucâtva asemănătoare cu cele pe care le presupune locuința, în funcție de destinația încăperilor.

Amenajarea estetică a spațiilor interioare specifice edificiilor administrative implică — pe lângă intervențiile urmărind a pune în valoare calitățile estetice ale încăperilor cu destinație de birouri, săli de ședințe sau de audiențe, săli de ceremonii sau festivități, prin folosirea elementelor de mobilier, a unor lucrări sau eventual reproduceri de artă — și unele intervenții cu elemente specifice. Anumite însemne și inscripționări menite a sublinia semnificația unor convingeri, a unor atitudini pozitive ori a unor exigențe morale, sociale sau politice evidențiază caracterul oficial al activităților desfășurate aici.

În cadrul edificiilor comerciale se urmărește obținerea unui ambient estetic plăcut cu ajutorul diferitelor elemente capabile să stârnească totodată interesul cumpărătorului pentru produsele oferite spre vânzare. *Stivuirea, etalarea*, expunerea produselor în locurile cele mai vizibile, *iluminatul* constituie procedeele cele mai frecvent utilizate. Dacă stivuirea sugerează cantitativ existența produsului în magazin, etalarea ori ex-

punerea lui la locul cel mai vizibil urmăresc mai degrabă reținerea calităților acestuia. Asimilabile spațiilor arhitecturale interioare specifice imobilelor cu destinație comercială sînt și *vitrinele*. Distingem vitrine cu deschidere numai spre stradă. Acestea presupun un spațiu închis, cu pereți opaci spre interiorul magazinului și cu un perete transparent — de sticlă, de unde vine și cuvîntul vitrină — spre stradă. Produsele — expuse ca panoplii de obiecte trebuitoare care se completează unele pe altele, ori fără să-și corespundă reciproc — pot fi privite, se înțelege, numai din exteriorul magazinului. Distingem, de asemenea, vitrine cu deschidere atît spre stradă, cît și spre interior. Într-o atare situație, dispunerea produselor se realizează după principii compoziționale impuse de această nouă situație. În toate marile magazine se întîlnesc astăzi și așa-zisele vitrine interne — spații închise, fie din toate părțile, fie dintr-o parte, cea frontal vizibilă — prin pereți de sticlă permițînd privirea obiectelor expuse în interior. Mai există și vitrine detașate, amplasate în punctele sau zonele de circulație intensă, prezentînd produse ce pot fi procurate de la un magazin situat în cu totul altă parte. Se înșală cine crede că aranjatul vitrinelor îl poate practica și omul ce nu are nici o calificare în acest sens.

Asupra spațiilor arhitecturale interioare, amenajate pentru desfășurarea diferitelor activități cotidiene, se poate interveni cu ocazia evenimentelor sau manifestărilor importante, astfel încît să li se confere o evidentă notă de sărbătorească. Tehnica este cea a desemantizării, a golirii totale sau parțiale de funcțiile pe care le au obișnuit obiectele din încăperea în cauză, fiind puse în relație astfel încît să apară limpede că a intervenit ceva deosebit. Cînd este necesar, se operează și cu forme noi, realizate din materiale perisabile. După consumarea evenimentului sau a manifestării ce a prilejuit o asemenea operațiune de reamenajare, în mod normal se revine la vechiul mod de dispunere a formelor.

A doua categorie de cazuri, în sensul căroara se impun atenției noastre acțiunile de amenajare estetică, privește spațiile arhitecturale interioare destinate în exclusivitate manifestărilor sărbătorești. Se operează, și de astă dată, atît cu forme stînd sub semnul permanenței — dintre care unele pot avea și caracter utilitar —, cît și cu forme reclamate doar de specificul fiecărei manifestări.

Intervențiile operate cu forme din materiale perisabile, urmărind transformarea unui spațiu arhitectural preexistent în cadru festiv, ceremonios ori solemn impun atenției noastre problematica *pavoazării*. Specific pavoazării apare faptul că intervențiile ce se efectuează urmăresc suplimentarea calităților estetice ale unui spațiu arhitectural determinat, pentru o anumită perioadă, cînd acesta urmează a fi destinat unor festivități, ceremonii sau solemnități. Natura festivităților, ceremoniilor sau solemnităților ce urmează a se desfășura în respectivul spațiu determină întotdeauna specificul acțiunilor de pavoazare. Distingem astfel manifestări festive cu caracter monden — balurile, revelioanele etc. — manifestări festive cu caracter sportiv, manifestări festive cu caracter cultural — aniversări ori comemorări de personalități și evenimente importante, consfătuiri —, manifestări cu caracter politic. Pentru manifestările solemne cu caracter politic se caută ca prin pavoazare să fie creat un cadru cît mai oficial. Sînt folosite cu precădere însemnele, obiectele simbolice și inscripționările. Pentru manifestările festive mondene se caută, dimpotrivă, ca prin pavoazare să se elimine tot ce ar putea afecta atmosfera de degajare și exuberanță pe care o presupun.

Sensurile amenajării estetice a spațiilor arhitecturale exterioare se cer deslușite cu și mai mare atenție, întrucît există posibilitatea de a le confunda cu alte tipuri de preocupări estetice. Ele se identifică, într-un prim moment, cu toate acțiunile de pavoazare a fațadei edificiului prilejuite de întîmpinarea anumitor evenimente,

sau de anumite festivități, ceremonii și solemnități ce urmează să aibă loc într-un perimetru aflat în nemijlocită relație cu respectiva construcție. Intervențiile pe care le presupun se realizează cu materiale perisabile și cu ajutorul unor forme a căror simbolică e dictată de specificul evenimentului sau manifestării ce urmează a se desfășura. Pavoazarea de acest tip e concepută să dureze pînă la consumarea evenimentelor sau manifestărilor în cauză. Astfel amenajarea estetică a spațiilor arhitecturale exterioare nu trebuie confundată cu decorațiunile executate în materiale durabile al căror suport devine peretele exterior al clădirii și care sînt concepute pentru o perioadă nedeterminată. Amenajarea estetică a spațiilor arhitecturale exterioare nu trebuie, de asemenea, confundată nici cu acele intervenții, realizate de obicei cu forme naturale — cum ar fi arbuștii sau florile — la care se pretează terenul din preajma edificiilor ce țin de așa-zisa artă a grădinilor. Cu atît mai mult, amenajarea estetică a spațiilor exterioare nu preia atribuțiile arhitecturii peisagere.

Dincolo însă de pavoazarea fațadelor, amenajatul estetic exterior înglobează și o serie de alte acțiuni înrudite, dar distincte, cum ar fi pavoazarea străzilor, bulevardelor și piețelor publice impusă de apropierea unor evenimente importante — sărbători calendaristice, tîrguri, festivaluri — ca și tipul de pavoazare cu caracter sezonier, întîlnit, în stațiunile de odihnă, în localitățile balneoclimaterice, în anumite localități turistice. În toate cazurile, amenajatul estetic exterior presupune folosirea unor forme obținute din materiale perisabile, în vederea punerii în relație a edificiului cu celelalte elemente din spațiul la care acesta se raportează, pentru a se marca ieșirea din cotidian, instituirea unei atmosfere sărbătorești.

Apare limpede că asemenea intervenții se cer efectuate de către un om de gust. Astăzi, însă acesta trebuie să fie ceva mai mult decît un simplu amator. Ceea ce va fi solicitat să facă cere o

anumită cultură vizuală, care nu poate fi obținută decît prin cunoașterea principiilor de bază ale compoziției arhitecturale și ale compoziției artistice decorative, a unor elemente de scenografie. Practic, este vorba de un nou tip de specialist. Deocamdată, instituțiile de învățămînt nu-l pregătesc doar în această calitate, dar activitatea pe care o desfășoară posedă un profil singular. Omul poate fi de formație arhitect, însă intervențiile pe care le practică depășesc limitele arhitecturii. Omul poate fi de formație artist plastic sau decorator, însă intervențiile pe care le practică nu țin de domeniul picturii, nici de cel al sculpturii, nici de cel al ceramicii sau tapiseriei. Cel mult pot fi recunoscute oarecari înrudiri cu scenografia. Totuși, prea multe sînt deosebiri, chiar și față de scenografie, pentru a nu fi tentați să interpretăm amenajatul estetic ca domeniu extra-artistice de sine stătător.

Viitorul va fi desigur mai în măsură să permită cercetătorului reținerea amenajatului estetic pe linia unor trăsături care astăzi abia se întrevăd. Probabil atunci definirea principalelor lui concepte nu va mai prezenta atîtea dificultăți.

X

VESTIMENTAȚIA

1. Îmbrăcămintea — element definitoriu pentru condiția umană

Printre aspectele semnificative ale ființei umane figurează și îmbrăcămintea. *Homo vestitus* se dovedește la fel de reprezentativ pentru condiția noastră ca și *homo sapiens*. Animalele nu cunosc fenomenul îmbrăcămintei. Thomas Carlyle, în *Sartor resartus* (1853), se arată, totuși, mirat că dintre atîția gînditori ai trecutului dispuși să scrie, potrivit convingerii lui Pico della Mirandola, „*de omni re scibili et quibusdam aliis*“, cei mai mulți au ignorat îmbrăcămintea.

Înțelegem prin îmbrăcămintă totalitatea obiectelor confecționate de către oameni din materiale diverse pentru a-și acoperi cu ele corpul fără a face imposibilă, astfel, mișcarea și deplasarea acestuia cu forțe proprii.

Se operează obișnuit distincția între *îmbrăcăminte* — ansamblul pieselor de bază menite să acopere corpul uman — și accesoriile ei: lenjeria, încălțărilor, mănușile, piesele pentru acoperit capul ș.a.m.d. La rîndul lor, accesoriile pot fi *detașate* sau *aplicate* diferitelor piese ce alcătuiesc îmbrăcămintea.

De ce se îmbracă oamenii și care sînt principalele motivații ale îmbrăcămintei pe care o poartă? La prima vedere răspunsul pare ușor de

obținut: oamenii au nevoie de îmbrăcăminte pentru a-și apăra corpul împotriva acțiunii forțelor din exterior ce îl pot afecta negativ. Aceasta ar constitui motivația *practică* a îmbrăcămintei. O analiză mai atentă a fenomenului discutat ne va permite să reținem însă și alte motivații ale îmbrăcămintei.

Oricine poate realiza observația că, prin îmbrăcăminte, oamenii caută, deopotrivă, să-și acopere acele zone ale corpului a căror expunere contravine principiilor morale ale grupului din care fac parte. Intervine, prin urmare și problema unei motivații de ordin *moral* pe care o comportă îmbrăcăminte.

Nu poate fi ignorată nici motivația strict *socială* a îmbrăcămintei. În funcție de epoci și tipuri de civilizație, prin veșmînt pot fi semnalate starea materială a celui care îl poartă, rangul social sau funcția publică pe care acesta le ocupă, apartenența la o anumită comunitate, apartenența la o anumită clasă sau pătură socială etc. Să ne gândim la situațiile din trecut cînd purtarea anumitor piese de îmbrăcăminte — sau chiar folosirea unor materiale textile — erau permise numai în funcție de rangul social al omului. Să ne mai gândim la cazul uniformelor.

Citeodată, îmbrăcăminte adoptată constituie și un mijloc prin care purtătorul urmărește a-și face cunoscute sentimentele, atitudinea sau relația sa în legătură cu un eveniment petrecut, ori în curs de desfășurare. De astă dată, îmbrăcăminte comportă o motivație preponderent *comunicațională*.

La nivelul civilizațiilor arhaice îmbrăcăminte apare, în unele împrejurări, ca fiind impusă exclusiv de exigențele actului magic. Metamorfozări ale străvechilor convingeri că îmbrăcăminte se justifică și din considerentele la care ne referim, putem sesiza atunci cînd avem în vedere vestmintul sacerdotal sau chiar unele credințe exprimate prin formule de tipul: „azi am să îmbrac cutar haină, că-mi poartă noroc“.

Nu puține reacții și gesturi umane spontane ne îndeamnă să reținem și o altă justificare a îmbrăcămintei, cea *psihologică*. Persoana îmbrăcată dă întotdeauna dovadă de mai multă siguranță în mișcări, se simte mai puternică, mai în drept să întreprindă diferite acțiuni colective ori individuale. Mai pot fi recunoscute și alte motivații ale îmbrăcămintei, dintre care una ne interesează în mod deosebit.

De obicei, îmbrăcăminte amplifică, subliniază, sau creează iluzia diferitelor proporții corporale armonice; ea poate ascunde unele eventuale „defecte fizice“ ale individului, sugerînd totodată calități inexistente; cu ajutorul ei silueta umană se poate recompune la nesfîrșit, creîndu-se astfel noi și noi posibilități de a se impune ca sursă de spectacol. Toate acestea ne îndeamnă să reținem și motivația *estetică* a îmbrăcămintei.*

Două sînt elementele de bază, necesare a fi remarcate atunci cînd vorbim despre condiția estetică a lui *homo vestitus*: corpul fiecăruia și sistemul de obiecte chemate să-l acopere fără a-i face deplasarea imposibilă. Evident, numai adaptate armonios datelor corporale concrete ale fiecăruia, diversele piese de îmbrăcăminte vor produce efecte estetice pozitive.

Nu trebuie uitat, însă, că și fără îmbrăcăminte corpul uman se prezintă ca formă vizuală extrem de complexă, adeseori generatoare de spectacol. Atunci cînd, prin proporții și echilibru, corpul uman pare a întruchipa însăși perfecțiunea, sugerînd o vitalitate superioară, demnă de afirmat în lume, el se dovedește capabil să trezească o vastă gamă de sentimente agreabile. Asociată calităților de ordin fizic ale întregului, expresivitatea feței amplifică posibilitățile corpului uman de a se impune ca sursă de spectacol.

* Considerații interesante pe tema principalelor motivații ale îmbrăcămintei pot fi întîlnite în cartea lui Marc Alain Deschamps *Le nu et le vêtement* (Paris) 1972) și preluate, aproape compilativ, în *Le costume, image de l'homme* (Paris, 1977) de Yvonne Deslandres.

Să încercăm a reține ce aduce în plus, din acest punct de vedere, îmbrăcămintea. Prin raportare la poziția verticală a corpului uman, posibilitățile de expresie estetică ale îmbrăcămintei se bazează, în primul rînd, pe efectele de *drapaj* (proprietatea materialelor textile de a forma pliuri și falduri) și pe cele de construcție și asamblare a diferitelor piese ce o compun (croiala). De altminteri, în funcție de epoci și tipuri de civilizație, intervine fie problema *veșmîntului drapat*, fie problema *veșmîntului cusut*, acesta din urmă incomparabil mai complex, exploatînd și efectele de drapaj. Trebuie avute în vedere apoi și celelalte posibilități specifice de expresie estetică. În funcție de calitățile materialului textil din care este confecționată fiecare piesă de îmbrăcămintă, intervin mereu alte posibilități de a realiza ineditul. În funcție de cromatica și decorația fiecărei piese de îmbrăcămintă, intervin mereu alte posibilități de a realiza spectacol. Raporturile dintre corp și îmbrăcămintă, raporturile dintre îmbrăcămintă și accesoriiile acesteia permit noi și noi „efecte”. Aceeași persoană, în funcție de împrejurări, se va prezenta altfel.

E necesar să ținem seama de faptul că aproape orice mișcare asigură siluetei umane posibilități de expresie estetică inconfundabile. La nivelul acestora, sugestiile de ordin formal se intercondiționează subtil cu cele de ordin vital și spiritual.

Exemplarul uman îmbrăcat apare astfel, potențial, ca impresionantă sursă de spectacol.

Repetăm cuvîntul „spectacol” desemnează întotdeauna — excluzînd accepțiunile sale secundare — priveriștea fără asemănare, oferită de formele capabile să trezească celui care le contemplă complexe de trăiri, emoții, sentimente ce nu pot fi puse în legătură imediată cu satisfacerea unui anumit interes sau a unei anumite necesități stringente. Forma contemplată se constituie doar ca aluzie la o posibilă stare a lumii, la o posibilă situație umană. Cînd se constituie

ca aluzie la posibilitățile lumii de a deveni în conformitate cu aspirațiile noastre, forma contemplată *încîntă*, făcîndu-ne să uităm distanța dintre promisiunea ambiguă și realitatea concretă.

Așa după cum s-a mai arătat, la dimensiunile a tot ce se înscrie în sfera esteticului, formele apar ca surse de spectacol; „lucrurile” privite ni se dezvăluie într-o lumină necunoscută pînă atunci. Astfel, raportată la posibilitățile de expresie ale corpului și ale feței, îmbrăcămintea permite omului să se afirme la nesfîrșit ca prezență generatoare de spectacol. S-a mai subliniat și cu alt prilej: prin ineditul lor firesc, ce le asigură caracterul de prezență generatoare de spectacol, formele estetice, atunci cînd le contemplăm, determină o anumită detașare temporară de preocupările mărunte și grijiile cotidiene, transportîndu-ne în „sferele superioare ale idealității”, cum spunea Schopenhauer.

2. Timpul de lucru și timpul de sărbătoare

Experiența socială a consacrat de-a lungul istoriei, pe de o parte, timpul marcat de griji, preocupări și eforturi susținute pentru asigurarea celor necesare traiului ca *timp de lucru* și, pe de altă parte, opus acestuia, *timpul de sărbătoare*, destinat refacerii spirituale, care însă nu trebuie înțeles într-un sens limitat. Exemplarul uman generator de spectacol interesează exclusiv din perspectiva timpului de sărbătoare, sau a timpului festiv, cum vrem să-i spunem, limba română, ca și multe altele, dispunînd de numeroase sinonime.

Unele disociații pe tema timpului de sărbătoare, care nu acoperă decît o parte din timpul liber al oamenilor, cel destinat manifestărilor specifice — *festivitățile*, *ceremoniile*, *solemnitățile* — ar putea să ne ajute a desluși mai bine sensurile estetice ale îmbrăcămintei.

Încă din perioada celor mai rudimentare forme de organizare socială, sesizăm, pe lângă răgazul zilnic, destinat refacerii forțelor fizice ale individului, și un timp destinat refacerii sale spirituale. Este timpul de sărbătoare. El aduce în discuție, mai întâi, activitățile ce se traduc prin „revărsare” liberă de vitalitate în contextul unor manifestări colective, cum sînt dansurile, jocurile, „întrecerile”, diferitele ritualuri ce exploatează, cu precădere, tehnicile uitării în comun de griji și preocupări practice grave.

Diverse prelungiri și derivații ale tipului de activități specifice manifestărilor sărbătorești la care ne referim, folosind efecte ce vizează detașarea de cotidian și uitarea temporară de griji, se constituie, încă din vremuri greu de precizat, în așa zisul domeniu al *distracțiilor* sau *divertismentului*.

Cuvîntul *distracție* indică întotdeauna o activitate avînd un caracter de evadare temporară din cursul firesc al preocupărilor umane fundamentale, în sfera unor manifestări înrudite cu cele specifice copilăriei. Printre notele ce caracterizează activitățile distractive se impun: lipsa de griji, lipsa de gravitate, veselia, iar cîteodată *puerilismul*. Timpul de sărbătoare apare, în cazul manifestărilor distractive, mai mult ca timp de joacă, ordinea lumii aievea fiind înlocuită, pentru o anumită perioadă, într-un spațiu determinat, cu o ordine diferită, rod al fan-teziei individuale sau colective, în funcție de fiecare societate și fiecare epocă. Numeroase observații interesante și pertinente, în legătură cu specificul activităților distractive și ponderea lor în viața omului modern, au fost formulate în paginile unor cărți celebre ale secolului XX, precum *Dialektik der Aufklärung*, publicată în primii ani de după ultimul război mondial de către Max Horkheimer și Theodor W. Adorno, sau cea apărută sub semnătura lui J. Huizinga: *In de schaduwen van morgen, een*

piagnose van het geestelijk lijden van onzen tijd (1935)*.

Totuși, timpul de sărbătoare nu poate fi identificat exclusiv cu timpul în care grijile și preocupările cotidiene sînt uitate, în favoarea dezlănțuirilor de energie vitală, la nivelul diverselor manifestări colective pe care le presupune de obicei distracția sau divertismentul.

Timpul de sărbătoare înseamnă, deopotrivă, timp pentru regăsirea de sine prin reflecție, meditație, reculegere și încîntare în fața formelor generatoare de spectacol. Bineînțeles, granița dintre cele două dimensiuni ale timpului de sărbătoare nu poate fi trasată niciodată cu precizie, cel mai adesea ele se întrepătrund.

După cum a reieșit din cele prezentate pînă acum, timpul de sărbătoare prezintă importanță din punct de vedere estetic întrucît doar la dimensiunile lui exemplarul uman îmbrăcat se impune ca prezență demnă de contemplat. Numai în atari condiții omul devine sursă de spectacol. Numai în atari condiții intervine problema plăcerii specifice de a vedea și de a fi văzut. Fiecare poate deveni, astfel, pentru celălalt — sau pentru ceilalți — o prezență vizuală capabilă să impresioneze în mod deosebit. Rezultă că timpul de sărbătoare, definitoriu pentru îmbrăcăminte se prezintă exclusiv ca timp de „apărut în public”, adică să apară astfel îmbrăcat încît ceilalți să te poată aprecia ca prezență vizuală și să-i poți, în egală măsură, aprecia astfel.

Pentru timpul „de apărut în public”, de „apărut în lume”, cînd privești și ești privit, devine firească preocuparea de a impresiona ori încînta pe cei din preajmă, într-un mod care să te avantajeze. Îmbrăcămîntea nu mai poate fi atunci cea de toate zilele, ci, pe cît posibil, una deosebită, aptă ca, raportată la datele corpului, să genereze spectacol. Noi avem termenul popular de „găteală”, ce desemnează tocmai această

* Trad. italiană, *La crisi della civiltà*, Torino, Einaudi editore, 1938.

preocupare — e adevărat, specifică femeilor — de a supune ansamblul elementelor de bază chemate să constituie, ulterior, silueta umană generatoare de spectacol — corpul, cu podoabele sale naturale, îmbrăcămintea, cu accesoriile acesteia — unei anumite voințe ordonatorii și unor intervenții urmărind avantajarea persoanei în cauză, față de ceilalți, când va ajunge să fie privită.

Îmbrăcămintea de ieșit „în lume“ posedă, prin urmare, unele particulatriști de care e necesar să ținem seama.

Ea apare astfel concepută încît să impună celui ce o poartă un comportament deosebit în care ponderea elementelor de patetism va fi, potrivit situațiilor create, mai mult sau mai puțin evidentă.

Ea apare astfel concepută încît să impună celor care privesc anumite atitudini și să trezească anumite sentimente convenabile pentru cine o poartă.

Ea apare, de asemenea, astfel concepută încît să opereze un cît mai masiv transfer — pentru cine o poartă și pentru cine o privește — din planul cotidianului în planul sărbătorescului.

3. Veșmintele

Rezultă, prin urmare, necesitatea unor distincții de fond în legătură cu fenomenul îmbrăcămintei. Vom recunoaște, fără îndoială, diverse motivații ale îmbrăcămintei (*practică, morală, socială, comunicațională, magică* — în anumite împrejurări — *psihologică și estetică*). Se înțelege: la nivelul experiențelor umane concrete, aceste motivații pot fi sesizate mai rar „în stare pură“; obișnuit, ele „fuzionează“, completindu-se reciproc în cadrul aceluiași tot ce îl reprezintă îmbrăcămintea omului.

Totuși, între principalele categorii de forme din sistemul îmbrăcămintei trebuie reținute importante deosebiri. De altminteri, tocmai ele sînt acelea care

îndreptățesc folosirea unor expresii la care ne vom referi mai departe.

Prima categorie de forme se identifică — putem spune — cu îmbrăcămintea ce se raportează la corpul uman din considerente cu precădere practice. E desemnată, fără excepție, prin formula *îmbrăcămintea de lucru*.

A doua categorie de forme se identifică — putem, de asemenea, spune — cu îmbrăcămintea ce se raportează la corpul uman din considerente preponderent estetice. E desemnată prin numeroase formule de tipul „îmbrăcămintea de sărbătoare“ sau „îmbrăcămintea festivă“, „îmbrăcămintea de apărut în lume“, „îmbrăcămintea de stradă“ etc. În limba română, de la cuvîntul latin *vestimentum*, avem, pentru această categorie de forme, desemnînd ansamblul pieselor ce acoperă corpul cuiva, cuvîntul *veșmînt*, cu pluralul *veșminte*. Mai nou, sub influența diverselor situații din limbile romanice, s-a impus cuvîntul *vestimentație*. Pe acesta îl vom folosi în continuare ca termen desemnînd îmbrăcămintea de sărbătoare cu toate sinonimele sale.

Ar mai putea fi recunoscută încă o categorie, cea a formelor care, prin raportare la datele corporale ale purtătorului, compun o asemenea siluetă încît acesta devine irecognoscibil. Se folosește cuvîntul *costumație* pentru a desemna îmbrăcămintea într-o atare ipostază. Astfel, se vorbește, bunăoară, de costumația personajelor specifice obiceiurilor de iarnă, de costumația personajelor unui film sau de costumația de carnaval.

Referitor la denumirile pieselor specifice fie îmbrăcămintei de lucru, fie îmbrăcămintei de sărbătoare, trebuie arătat că, în multe cazuri, ele sînt aceleași, deosebirea ținînd de calitatea materialului din care obiectul este realizat, de aspectul său estetic, iar citeodată de noutatea lui. Să nu uităm, că, mai ales în ultimele decenii, asistăm la o adevărată reabilitare a unor elemente specifice îmbrăcămintei de lucru, care ajung să fie integrate domeniului vestimentației.

Piese sau ansambluri de piese pentru îmbrăcat, avînd aceleași denumiri în ambele grupuri de cazuri,

sînt „rochia“, „fusta“, „bluza“, „pantaloni“, „vesta“, „vestonul“, „puloverul“, „pardesiul“, „paltonul“.

O mențiune aparte merită „haina“. Obişnuit noi folosim pluralul cuvîntului haină ca sinonim pentru îmbrăcăminte. Analiza semantică a termenului demonstrează însă că acesta priveşte doar una din piesele de îmbrăcăminte. „Haina“, în sens restrictiv, reprezintă piesa de îmbrăcăminte cu deschidere în faţă ce acoperă complet trunchiul. Dar atari extensiuni de sensuri sînt frecvente şi în alte domenii.

Tot o mențiune aparte merită „costum“, termen desemnînd, de obicei, astăzi, un ansamblu de piese vestimentare, realizate fie din acelaşi material, fie din materiale diferite în condiţiile în care, potrivit uzului curent, una o „cere“ pe cealaltă. Mulţi specialişti folosesc însă cuvîntul „costum“ ca sinonim pentru îmbrăcăminte. Se vorbeşte astfel despre „arta costumului“, despre istoria costumului etc. De aceea, considerăm necesare unele precizări în legătură cu semantica termenului*. El s-a impus în majoritatea limbilor europene relativ tîrziu, desemnînd îmbrăcăminte civilă aşa cum e purtată, potrivit obiceiului, în diferite locuri şi diferite timpuri. Altădată, nefiind posibilă, ca în timpurile moderne, alternarea pieselor de îmbrăcăminte, în funcţie de momentele zilei sau de manifestările la care cineva urma să participe, „costum“ a ajuns să indice ansamblul pieselor vestimentare pe care, potrivit obiceiului, omul le îmbracă atunci cînd apare „în public“. Cu o atare accepţiune termenul de „costum“ a devenit sinonim, întrucîtva, cu cel de „veşmînt“.

Oarecari dificultăţi, privind înţelegerea statutului său în sistemul îmbrăcăminte, comportă şi „uniforma“. E întotdeauna greu de precizat, fără a ne referi la o anumită situaţie concretă, dacă ea apare drept

* A se vedea, mai pe larg, în culegerea *Termine e concetto di costume* (Venezia, 1956), studiul lui Valerio Tonini, *Semantica del costume*. În limba română pentru întregul grup de termeni specifici portului popular avem excelentă lucrare a Zamferei Mihail *Terminologia portului popular românesc* (Bucureşti, Ed. Academiei R.S.R., 1978).

specifică îmbrăcăminte de lucru ori vestimentaţiei. Termenul „uniformă“ desemnează îmbrăcăminte preconizată prin regulamente speciale ca obligatorie pentru diferite categorii de persoane, atunci cînd acestea prestează unele activităţi publice, frecventează unele instituţii şi organizaţii sau participă la unele manifestări.

Ca ansamblu de piese specifice vestimentaţiei avem „ţinută“ şi „toaletă“. Termenul de „ţinută“ se referă la vestimentaţia obligatorie, potrivit uzanţei, fie pentru o anumită manifestare cu statut de festivitate, ceremonie sau solemnitate, fie pentru o anumită activitate publică. Termenul de „toaletă“, utilizat doar pentru vestimentaţia feminină, aduce în discuţie, un ansamblu de piese urmînd a fi îmbrăcate pentru o apariţie în public, în funcţie de diferitele momente ale zilei. Se utilizează în acest sens formulele toaletă „de zi“ şi toaletă „de seară“.

4. Efecte estetice adiacente

Împreună cu veşmintele, obiectele pentru acoperit capul, mănuşile, încălţămintea, poşetele, cingătoarele, eventuale forme realizabile fie din blănuri, fie din unele materiale textile — tricotate ori ţesute — pentru acoperirea altor părţi ale corpului, cum sînt umerii, gîtul (cazul fularilor, şalurilor, manşoanelor etc.) prezintă în egală măsură importanţă, atunci cînd se scontează un anumit efect estetic.

Atît vestimentaţia, cît şi accesoriile ei — care pot fi asociate întregului ansamblu sau aplicate doar diverselor piese ce o compun — sînt condiţionate nu numai de conformaţia fiecărei persoane, ci şi de multe elemente, aparent neimportante, cum ar fi culoarea pielii, a părului, trăsăturile figurii etc. Dacă anumite părţi ale corpului rămîn descoperite, în funcţie de caracterul vestimentaţiei, ele nu trebuie să apară în contact nedorit cu nimic din ceea ce este chemat să impună silueta umană ca prezenţă generatoare de spectacol.

Creatorii de veşminte şi comentatorii de modă recurg, de obicei, la nişte clasificări mai puţin riguroase, cele ale reflecţiei curente, şi folosesc un vo-

cabular diferit de cel la care apelează *antropologia fizică* sau *anatomia artistică*. Totuși, ele permit, parcă, o mai corectă înțelegere a raporturilor dintre corp și veșmînt, în condițiile siluetei umane înțeleasă ca prezență generatoare de spectacol*.

Sub aspectul culorii părului, la nivelul experienței curente, sînt reținute următoarele tipuri umane: blond, șaten, roșcat, brunet... Sub aspectul culorii pielii, distingem, tot la nivelul reflecției curente, trei „categorii” de epidermă interesînd, într-un fel sau altul, sub aspect estetic: albă, brună și roză. Se înțelege că pot exista persoane blonde avînd pielea roză, ca și persoane brunete avînt pielea albă. Varietatea nuanțelor ce pot interveni în condițiile unei „categorii” de epidermă sau ale alteia este foarte mare. Epiderma albă, mai ales la exemplarele tinere, posedă o calitate, unanim apreciată: transparența. Sentimentul estetic de diafan, atunci cînd este vorba de corpul unman, apare legat tocmai de această calitate. Desigur, în limitele albului intervin nenumărate „nuanțe”. Scriitorii și poeții au evocat în pagini de mare literatură, devenite clasice, farmecul ce îl prezintă, la femei, pielea de diferite nuanțe, asociată culorii părului, ochilor, dar și diferitelor piese ale veșmîntului. Măcar pentru acest fapt merită stăruit puțin asupra unora dintre ele. Un autor francez din perioada interbelică, Marcel Barrière, în *La Plastique féminine* (Paris, 1929), le tratează mult mai pe larg. Astfel, „albul de zăpadă”, în anumite condiții de lumină, izolat prin veșmînt — pe o porțiune determinată a corpului — creează senzația aparentă de zonă presărată cu „pulbere de diamante” — după expresia poetului. În schimb, „albul mat” creează senzația de epidermă moale, iradiînd căldură. „Albul de porțelan” — în general culoarea femeilor cu părul șaten — se distinge prin

* Pentru cine ține să aprofundeze din perspectivă științifică modernă problematica prezentată în continuare, facem trimitere la volumul al treilea, intitulat *Morfologia artistică* (capitolele *Tipurile morfologice* și *Tipurile antropologice*) din impunătorul tratat al regretatului profesor Gheorghe Ghișescu *Anatomia artistică*, București, Ed. Meridiane, 1965.

transparență, uneori atît de mare încît se văd venele superficiale imprimînd trasee de albastru. „Albul de fildeș” creează senzația de epidermă consistentă și viguroasă.

Și varietățile pielii brune sînt foarte diverse. Gama lor se întinde de la negrul lucitor la arămiu sau chiar mai departe, îndeosebi cînd intervine problema bronzajului. De mare rafinament sînt „brunul de havană” sau acel „brun oliv”, întîlnit de obicei la populațiile din zonele tropicale.

Pentru a crea impresia unui tot armonios, e necesar însă ca întreaga suprafață a corpului să aibă aceeași colorație și să fie de același ton. Un defect curent al pielii brune îndeosebi, care se cere corectat prin veșmînt, atunci cînd este vorba de trunchi sau membre, și prin machiaj, atunci cînd este vorba de față, constă în a avea pete sau zone de ton diferit.

Pielea roză posedă cel mai mult particularitatea de a nu se prezenta uniform distribuită, ca ton, pe întregul corp.

Există și alte aspecte ale carnației care se asociază celor direct implicate în sfera esteticului. Pot fi întîlnite varietăți de epidermă aspră (uscată) și varietăți de epidermă moale (catifelată). Primele creează senzații mai puțin plăcute. De aici, necesitatea anulării eventualelor efect neplăcut și prin intermediul veșmîntului sau al accesoriilor sale, alături de tratamentele cosmetice de rigoare.

Festivitățile, ceremoniile, solemnitățile, ca și unele activități asimilate acestora, în funcție de obligațiile pe care le implică „rolul” public deținut de anumite persoane, impun, îndeosebi la femei, necesitatea modificării, mai mult sau mai puțin pronunțate, de colorație și distribuție, a tuturor datelor ce țin de compoziția plastică a feței, prin ceea ce numim *machiaj*. Cuvîntul *machiaj*, provenit din franceză, are o etimologie discutabilă. La început *maquiller*, element de argou, însemna „a face”, derivînd probabil din vocabularul limbilor învecinate, care îl aveau pe *make*, respectiv *machen*; e tot atît de adevărat, însă, că și în italiană există

macchiato, traductibil prin pătat, murdărit, de la *macchia* — pată.

Machiajul privește un complex de tehnici avînd la bază principiul aplicării, pe anumite porțiuni ale feței, de produse colorante, care ulterior pot fi îndepărtate prin spălare, menite a disimula imperfecțiunile, a sublinia calitățile estetice existente ori a impune o anumită expresie*.

Produsele colorante principale folosite în machiaj sînt: *fondul de ten* (colorant necesar pentru a da feței o tentă uniformă în vederea aplicării fardului), *fardurile* (coloranți ce se aplică pe anumite porțiuni ale feței, pentru ca împreună cu fondul de ten să determine schimbarea dorită a aspectului acestora), *rimelurile* (coloranți pentru gene) și *rujurile*. Aplicarea lor se face prin întindere cu mina, în cazul cremelor; întindere cu un burete umed sau cu pensula, în cazul coloranților compacți; tamponare, în cazul pudrelor, și trasare în cazul creioanelor de contur și rujurilor.

Machiajul presupune, așadar, adoptarea temporară, pentru durata cît o persoană apare în public, a unei alte compoziții plastice a feței decît cea naturală, o compoziție plastică a feței adecvată felului cum cineva ține să „arate“, corectîndu-se sau anulîndu-se eventualele defecte existente, integrînd în mod optim fizionomia personajului în ansamblul de date al corpului vestimentat.

E limpede că problema machiajului se cere abordată prin raportare la „timpul de apărut în public“ al oamenilor, devenit în bună măsură sinonim cu o parte din timpul lor liber. Pot fi semnalate și unele categorii sociale, ca, de exemplu, funcționarii, personalul diverselor servicii, care se bucură de condiții de lucru ce nu numai că permit, dar chiar impun folosirea machiajului la femei, în funcție de cum *trebuie* și

cum *ține* să arate fiecare. Felul cum fiecare trebuie sau ține să „arate“ vizează o mare gamă de sentimente; ele merg de la bucuria reținută pînă la iradierea veselă, de la austeritate pînă la solemnitatea somptuoasă. În funcție de întreaga înfățișare a persoanei în cauză, dar și în funcție de fiecare moment al zilei, ținînd seama de veșmintul purtat, efecte plăcute se pot obține fie pe bază de contraste, fie pe bază de reducții cromatice.

Avînd în vedere situațiile la care ne-am referit, se operează distincția dintre mai multe tipuri de machiaj.

Machiajul corector urmărește preponderent estomparea defecțiunilor feței.

Machiajul expresiv urmărește intervenții complexe asupra întregii fețe, pentru ca aceasta să exprime cît mai pregnant caracterul unei persoane, atitudinea acesteia, starea ei morală. E utilizat mai mult în teatru, deși machiajul de teatru ridică și alte probleme decît cele prezentate de noi pînă acum.

Machiajul decorativ urmărește sublinierea calităților naturale ale feței umane, prin elemente chemate să le pună și mai mult în valoare.

Desigur, în practica de zi cu zi a femeilor în funcție și de vîrsta acestora, în cadrul aceleiași preocupări generale de a „arăta plăcut“ în public, cele trei forme de machiaj se completează reciproc. Din altă perspectivă, fiecare din formele de machiaj la care ne-am referit se cere abordată și în funcție de un moment sau altul al zilei. Machiajul corector sau cel decorativ de zi diferă de cel de seară. De aceea, curent pot fi întîlnite și expresiile *machiaj de zi* și *machiaj de seară*.

Nu pot fi ignorate nici problemele pe care le aduce în discuție încercarea de a pune în valoare podoabele naturale ale corpului uman, îndeosebi cele din zona capului. Este vorba de *coafură*. La bărbați mai intervin barba și mustățile, care privesc *tunsura*.

* O amplă prezentare a problematicei în discuție, bogat ilustrată grafic și fotografic, cu trimiteri la bibliografia cea mai recentă, face Ingelore Ebeling în *Masken und Maskierung—Kult, Kunst und Kosmetik*, Köln, 1984.

Un alt grup de intervenții, la care apelează, cu precădere, femeile pentru a-și pune în valoare alte podoabe naturale consacră, ca preocupări, *manichiura* și *pedichiura*.

Se înțelege că în reușita spectacolului cel poate oferi exemplarul uman îmbrăcat mai trebuie luate în considerare și podoabele artistice. Ele privesc însă probleme ce nu mai formează subiectul acestui capitol.

Preocuparea evidentă de a încînta, de a „plăce” persoanelor din jur, prin vestimentația adoptată, cu toate accesoriile sale, prin felul cum sînt puse în valoare podoabele naturale, „datele fizionomice”, celelalte calități ale corpului —, dar și prin gestică și mimică —, mai ales cînd apare la femei, e numită *cochetărie*.

5. Resortul sociologic

Domeniul vestimentației aduce în discuție, după cum e și firesc, atît exemplarul uman expus privirii ca prezență izolată, cît și exemplarul uman expus privirii ca element constituent al unei „mulțimi”, al unui „ansamblu”, al unei priveliști complexe, generatoare de spectacol. Din acest punct de vedere se ivesc unele probleme noi, asupra cărora e necesar să ne oprim.

Fără îndoială, veșmintul constituie un mijloc de semnalizare condensată a personalității celui ce îl poartă. Felul cum cineva apare îmbrăcat pentru a fi văzut, poate „vorbi” despre foarte multe lucruri. De la condiția materială a omului, pînă la gustul estetic de care dă dovadă, de la categoria socială din care face parte, pînă la ambițiile mondene nutrite, evantaiul aspectelor demne de reținut astfel este impresionant. Printre altele, nu trebuie uitat că veșmintul reprezintă și un mijloc de semnalizare a apartenenței celui ce îl poartă la o anumită comunitate sau colectivitate, iar mai departe la o anumită civilizație. Structura și calitatea materialului textil din care sînt confecționate piesele de

îmbrăcăminte, motivele decorative folosite, efectele de drapaj, funcțiile accesoriilor și podoabelor devin astfel semnificative pentru realitățile din contextul cărora provine persoana privită.

Uneori veșmintul „referă” direct și fără nici o dificultate despre aria culturală vastă ori categoria socială din care cel privit provine, eventual despre profesia practică. Putem invoca, drept exemplu, „costumul popular”, considerat de obicei ca vestimentație ce exprimă apartenența națională a individului. Putem invoca, însă, drept exemplu și cromatică, motivistica ori accesoriile îmbrăcăminte „de apărut în public”, ce indică zonele mai restrînse — provinciile, regiunile, localitățile — din care individul privit provine.

Alteori veșmintul „referă” numai indirect despre mediul din care provine cineva, sau își pierde chiar această proprietate. Îndeosebi îmbrăcăminte modernă — exceptînd, poate, uniforme — posedă o dimensiune universală deloc neglijabilă. La New York, Paris, Berlin, ca și la București, lumea umblă îmbrăcată astăzi aproximativ la fel. Există o circulație de motive decorative, de efecte de drapaj ori croială, ce depășește sensibil granițele naționale. Nu trebuie ignorat rolul pe care îl au în această privință televiziunea, revistele ilustrate de mare tiraj, albumele.

E necesar de subliniat faptul că veșmintul reprezintă totodată și un mijloc de semnalizare a poziției ocupate de cel ce îl poartă în limitele timpului cînd preferința generală pentru anumite efecte de „linie”, de cromatică, de „croi” și drapaj, urmărind „să încînte ochiul”, devine dominantă. Cei preocupați de îmbrăcăminte la modă ajung să constituie, pînă la urmă, o adevărată supragrupare ce va include indivizi proveniți din diverse straturi sociale, indiferent de profesiile practicate și cultura însușită, care au ca element comun „aceleași gusturi” în materie de vestimentație. Cine nu se conformează gusturilor estetice considerate ca reprezentative pentru „astăzi” riscă să devină desuet.

Desuetudinea caracterizează omul care, deși pe alte planuri poate aparține prezentului, pe plan estetic se conformează gusturilor ieșite din uz, consumate deja, epuizate.

Din franceză ne-a parvenit în limba română *vetust*, cuvânt care, în ultima vreme, tinde să indice tot mai mult tocmai desuetudinea de tip particular, cea privind domeniul vestimentației.

Cîtă vreme o persoană se preocupă să apară în public îmbrăcată după ultimele cerințe ale gustului estetic, ea se va integra supragrupului celor preocupați să fie „la modă“.

Derivat de la cuvîntul latin *modus* — traduc-tivbil prin măsură, manieră, fel de a fi — termenul *modă* desemnează un fenomen complex. Mai întîi, se impune reținută observația că între cauzele ce determină succesul oricărei „mode“ figurează la loc de frunte „învechirea“ estetică, prin utilizare frecventă, a veșmintului; el devine, astfel, banal, incapabil să impresioneze atunci cînd persoana ce îl poartă este privită. De aici teama unora că pot apărea îmbrăcați vetust în ochii celor ce îi vor privi și graba de a adopta „noua linie“, lansată, astăzi, prin intermediul „modelelor“ care au succes.

Cînd interesul pentru formele vestimentare considerate ca specifice „momentului actual“, specifice celui „acum“ estetic al oamenilor, cunoaște maximum de intensitate într-un context social determinat, e înîlțită frecvent, îndeosebi la tineri, aversiunea față de cei care continuă să se îmbrace după „moda veche“; bineînțeles, nici reacțiile, cîteodată chiar violente, din partea celor „tributari trecutului“ nu întîrzie să se arate. Moda implică, prin urmare, o serie de perturbații sociale, poate minore, dar cu ecouri, totuși, pe plan moral, cultural, economic. În trecut, pentru a desemna aspectele la care ne referim se întrebuinta expresia „nebungia modei“.

Se cuvine să reținem și situațiile cînd exemplarul uman apare integrat unui ansamblu de indivizi — vestimentați diferit, ori la fel. De

această dată, insul privit nu reprezintă altceva decît unul din elementele componente ale priveliștii ample ce ni se dezvăluie. Să ne gîndim la paradele și defilările militare sau civile, la manifestările populare sărbătorești.

Parada exploatează tocmai efectele estetice care pot fi obținute în condițiile defilării unei mulțimi umane omogene, distribuită astfel, într-un spațiu determinat, încît prin raporturile dintre mișcare și repaos, dintre poziția corpului și cea a membrilor, dintre îmbrăcăminte și accesoriiile acesteia, dintre fiecare individ și rest să se formeze o compoziție ordonată, ritmică, simetrică, armonioasă.

Defilarea se impune ca spectacol oferit de corpul uman prin deplasarea sa în pas cadenciat și cu alura firească, pe o direcție ce formează, în raport cu poziția privitorului, un unghi drept. Astfel, defilarea constituie întotdeauna principala componentă a oricărei parade. De obicei se caută obținerea unor efecte vizuale plăcute, ținînd seama nu numai de posibilitățile de expresie estetică ale corpului uman aflat în mișcare, ci și de îmbrăcămîntea purtată, de accesoriiile acesteia, de alte obiecte însoțitoare.

Tot aici trebuie menționat și acel *spectacol* aleatoriu *ce ni-l oferă*, moment de moment, *strada*, în condițiile marilor aglomerații urbane moderne, spectacol ce se reconfigurează neîncetat potrivit vestimentației fiecăruia dintre cei alcătuind mulțimea umană aflată în trecere printr-un anumit „punct“.

Doi termeni implicați în construcția tuturor manifestărilor de tip paradă sau defilare se cer precizați mai departe: *alura* și *cadența*. „Alură“ desemnează felul de a se mișca, dar și înfățișarea generală a persoanei vestimentate. Prin „cadență“ se indică ritmul mișcării pașilor în condiții de paradă sau defilare.

Convenind asupra faptului că vestimentația reprezintă îmbrăcămîntea de apărut în public, atunci cînd fiecare se expune conștient privirii celorlalți, ca sursă de spectacol, e necesar să fie

operate și alte disociații. Ele vizează spațiul și timpul în care devine posibil spectacolul vestimentar.

După cum am văzut, de timpul festiv oamenii nu dispun după bunul lor plac. Viața tuturor comunităților umane cunoaște, în această privință, diverse reglementări, stabilite fie prin tradiție, fie prin legislația laică ori religioasă. Astfel, în condițiile tuturor formelor de civilizație apare problema unei zile de repaos săptăminal. Duminica, sîmbăta, vinerea, sub influența rigorilor religioase inițial, au ajuns să fie consacrate, una ori alta, ca zile cînd nu se lucrează, „sărbători săptămînale“. Există apoi sărbătorile calendaristice — laice sau religioase, situate neuniform, la intervale mult mai mari — aniversind, comemorînd ori evocînd diverse momente profund semnificative pentru convingerile, aspirațiile și speranțele oamenilor.

La popoarele de tradiție europeană, oficial, ziua de repaos a rămas de obicei duminica. Dimensiunea ei festivă poate fi ușor sesizată. Pînă astăzi încă se obișnuiește, pe alocuri, ca duminica omul să se îmbrace în alte haine decît cele purtate în cursul săptămîinii, iar în jurul lui intervine peste tot un plus de ordine și un plus de grijă ca lucrurile să incite la contemplare și reflecție, să încinte ochiul.

Mai mult decît duminica, detașarea de existența cotidiană e marcată pregnant în cursul marilor sărbători ale anului; ele presupun înscrierea patetică a individului în sferele unui cu totul alt comportament decît cel obișnuit; nu numai îmbrăcămintea, dar și gestica, mersul, întregul „fel de a fi“ al oamenilor devin diferite de cele specifice zilelor lucrătoare. Fiecare încearcă, parcă, să apară în fața celorlalți așa cum crede că este mai avantajos pentru el sau așa cum crede că lumea îl preferă.

De bună seamă, timpul de sărbătoare — înțeles ca timp de apărut în public — diferă, în funcție de structurile sociale constante, în funcție de poziția socială a indivizilor. Așa cum am mai avut

ocazia să remarcăm, ultimele două veacuri — grație gradului de dezvoltare economică atins de multe popoare și ca urmare a acelor cuceriri în domeniile științei și tehnicii care au determinat revoluționarea procesului muncii și creșterea considerabilă a avuției națiunilor, cu inevitabile consecințe pe planul vieții spirituale — se caracterizează prin extinderea continuă a timpului liber. Pe lângă ziua de duminică, pe lângă celelalte sărbători „oficiale“ ale anului, intervin astăzi, bunăoară, concediile legale de odihnă sau vacanțele, prevăzute pentru diferitele categorii de personal ce prestează activități utile din punct de vedere social prin intermediul întreprinderilor și instituțiilor specializate.

Nu trebuie uitat nici faptul că însăși ziua de lucru a omului modern tinde să devină tot mai scurtă. Ea nu mai epuizează acum, în cel mai banal caz, decît o treime din cele 24 de ore firești. La dispoziția fiecărei persoane, trebuind să presteze o muncă utilă în mod permanent, rămîne, deci, o cantitate de timp ce depășește simțitor nevoia de odihnă necesară pentru refacerea forțelor fizice în vederea reluării muncii. Acest timp e convertit parțial, adeseori, tot în timp festiv, adică timp de apărut în public.

Ne va fi greu să înțelegem domeniul vestimentației fără a lua în considerare și spațiul ce consacră persoana vestimentată ca element generator de spectacol.

Piețele din incinta cetăților antice, templul — la egipteni și la greci; arenele, găzduind manifestări ludice importante, la romani; catedrala, palatele și castelele regilor sau ale seniorilor în evul mediu; unele cu prelungiri pînă astăzi — fără a uita, în epoca modernă, teatrul, sala de concerte, cinematograful se cer apreciate drept „instituții“ prilejuind apariția în public. Desigur, nu sînt numai ele. Muzeele, galeriile de artă, cenaclurile, „saloanele“, sălile sau „ringurile“ de dans, ca și orice alt spațiu unde urmează să aibă loc o festivitate, solemnitate sau ceremonie, civilă sau privată, oficială sau intimă se cer

deopotrivă apreciate drept „instituții” ce prilejuiesc apariția în public a persoanei vestimentate.

Dintre manifestările mai semnificative astăzi pentru unele tipuri de spații consacrate expunerii în public la care ne-am referit, pe lângă cele rezultând din însăși denumirea instituției ce le tutelează, menționăm: recepțiile, dineurile, ceaiurile, seratele, balurile, nunțile, vernisajele, „audițiile”.

Secolele XIX și XX consacră, de asemenea, în calitate de spații pentru a vedea și a fi văzut, localurile de consumație ori distracție publică de genul restaurantelor, barurilor, cabaretelor, cluburilor. Evident, atât timpul, cât și spațiul de apariție în public determină — în funcție de anotimpuri — tipurile de veșmînt. Din perspectiva diversificării moderne a cadrului de apariție în public, cu manifestările inedite ce intervin, vom înregistra astfel noi direcții pe linia cărora se profilează creația vestimentară.

Intervine, în consecință, problema vestimentației pentru marile recepții și festivități pentru vizitele de „înalță ceremonie”, pentru vizitele obișnuite, de dimineață, de după masă, pentru baluri, revelioane și nunți, pentru serate, concerte, spectacole de operă, spectacole de teatru etc.

Din perspectiva expansiunii timpului de sărbătoare, cu manifestările atât de variate ce le presupune, vom avea: vestimentația sau „costumul” de stradă, „costumul” de voiaj, „costumul” de asistat la diverse întreceri sportive, „costumul” pentru practicat unele sporturi sau hobiuri, cum sînt vînatărea, pescuitul, alpinismul etc. Deși atari preocupări se dovedesc deocamdată specifice unui număr relativ restrîns de persoane, ele apar, totuși, ca edificatoare pentru posibilitățile ce pot fi întrevăzute.

În secolul XX, cînd aproape totul devine spectacol, noile dimensiuni ale vestimentației vorbesc de la sine despre viitorul nostru estetic.

Strada constituie astăzi un adevărat spațiu de spectacol, magazinele, în majoritatea cazurilor, așijderi. Invocînd și alte exemple, la îndemîna oricui, nu ne va fi greu să ne convingem că factorul

activ în declanșarea și realizarea spectacolului îl reprezintă întotdeauna persoana vestimentată. Este firesc, deci, ca lumea contemporană să manifeste un atât de mare interes pentru îmbrăcămintea „de apărut în public”.*

6. Moda vestimentară

La nivelul vorbirii curente se confundă frecvent, îndeosebi astăzi, vestimentația cu moda. În realitate, moda — fenomen specific nu numai vestimentației, deși se pare că aici se manifestă, cel mai impresionant — privește, fie schimbările generale de linie, fie schimbările de detalii și accesorii, ce intervin periodic, atunci cînd formele se banalizează.

Ce semnificație poate avea schimbarea periodică, fie a liniei generale a formelor, fie a diferitelor detalii ori accesorii ale acestora, dincolo de plusul de interes pe care îl determină prin noutatea introdusă? Renato Poggioli, semnat al unei lucrări cunoscute, intitulată *Teoria dell'arte d'avanguardia*, observa: „Pe scurt: misiunea modei constă în a stabili continue procese de standardizare, de a face din raritate sau noutate ceva de uz general ori universal, spre a trece la o altă raritate sau noutate cînd cea de pînă atunci încetează de a mai fi considerată ca atare”.** Astfel, orice modă, arată Poggioli, tinde să instaureze ori o „formă nouă”, ori o „formă străină”, care, odată acceptată, prin imitare, permite nenumărate variante. Se poate spune, deci, că pînă la urmă moda reduce ineditul inițial la starea de poncif. Desigur, Renato Poggioli are dreptate. Greutatea constă însă în a sesiza și înțelege

* E interesantă îndeosebi expunerea problematicii estetice noi, care s-a ivit astfel, făcută de Ingrid Loschek în *Mode im 20 Jahrhundert Eine Kulturgeschichte unserer Zeit*, München, 1984.

** Renato Poggioli, *Teoria dell'arte d'avanguardia*, Bologna, Il mulino, 1962, pag. 95.

resorturile complexe ce se ascund dincolo de acest aspect general al problemei modei.

Privitor la domeniul îmbrăcăminteii apar o serie de întrebări imposibil de evitat. Cînd se banalizează linia generală a veșmîntului acceptată la un moment dat? După ce criterii se impune „noua linie“? De unde începe să „iradiază“ și cine sînt inițiatorii ei? Ce categorii de populație apar mai mult afectate de schimbările pe care le implică moda? Interogațiile noastre ar putea continua încă.

Mai întîi, trebuie observat că moda vestimentară devine posibilă numai în condițiile unei oarecare bunăstări materiale. Dacă oamenii abia reușesc să-și procure cele necesare traiului, dacă materialele din care se confecționează piesele de îmbrăcăminte sînt greu de procurat, nu putem vorbi despre nici un fel de „modă“. La un asemenea stadiu, inferior, de dezvoltare socială, antropologii și etnologii remarcă prezența unui fenomen opus „modei“: *obiceiul*; el presupune interdicția schimbărilor de linie generală, de detalii, sau accesorii ale veșmîntului, pentru a se conserva o cît mai trainică legătură cu trecutul, asigurîndu-se astfel coeziunea vieții estetice prezente, proprie diverselor grupări umane stabile. Cine încalcă obiceiul devine un înstrăinat de spiritualitatea comunității ce l-a produs.

De altminteri, nici în cazul societăților mai evoluate moda vestimentară nu afectează toate straturile sociale. Influența ei vizează doar populația ce își permite luxul schimbării îmbrăcăminteii, fiindcă s-a plictisit cum arată și dispune de posibilități materiale în acest sens. Așa se explică de ce, pînă nu de mult, moda vestimentară preocupa, totuși, un număr restrîns de persoane — privilegiați ai privilegiaților. De aici climatul de aroganță și superioritate frivolă ce însoțește, obișnuit, orice modă, determinînd, la rîndul lui incalculabile reacții ostile, ambiții, prejudecăți, obsesii. Chiar astfel, fenomenul modei vestimentare apare mult mai rar în antichitate, Evul Mediu, Renaștere,

prin comparație cu situațiile din ultimele secole, îndeosebi cele din vremea noastră.

Oricine studiază istoria veșmîntului va remarca faptul că altădată „modele“ se succedau relativ lent, la distanță de multe decenii. Pe măsură ce producția de bunuri materiale — inclusiv țesăturile, blănurile, pieile prelucrate de animale — se amplifică, reușind a satisface în proporții tot mai mari nevoile oamenilor, survin schimbările ce privesc inițial detaliile și accesorii, iar apoi linia generală a veșmîntului. Ele au afectat, cu precădere, vreme îndelungată, doar populația tinăra din clasele, păturile și grupurile sociale înstărite. Abia tîrziu, spre timpurile noastre, moda vestimentară a început să preocupe și să fie accesibilă, financiar, și grupurilor sociale cu venituri mai modeste.

Pe de altă parte, fenomenul modei vestimentare trebuie înțeles și în lumina adevărului că, o dată cu dezvoltarea vieții sociale, timpul de apărut în public al oamenilor crescînd, același individ, văzut mereu îmbrăcat la fel, obișnuiește ochiul. Cel privit își pierde calitatea de prezență generatoare de spectacol, nu mai impresionează suficient. Intervine, astfel, un anumit grad de saturație estetică, datorat „dimensiunii“ standard ce ajunge să o capete veșmîntul. Problema care se pune atunci este aceea a unui veșmînt capabil să trezească incîntare cînd cel care îl poartă este privit, a unui veșmînt capabil să genereze spectacol într-un mai mare grad.

După ce criterii se produce „noua linie a modei“? De unde se inspiră? De ce se impune o anumită „linie“ și nu alta?

Începînd de pe la mijlocul secolului trecut, fenomenul modei vestimentare a preocupat numeroși literați, psihologi, sociologi, economiști, filosofi. De la Charles Baudelaire (*Curiosités esthétiques*, 1868) și Théophile Gautier (*De la mode*, 1858), pînă la Roland Barthes (*Système de la mode*, 1967), de la Herbert Spencer (*Ceremonial institutions*, 1879), pînă la Werner Sombart (*Wirt-*

schaft und Mode, 1902) și Georg Simmel (*Philosophie der Mode*, 1905), de la Sigmund Freud (*Das Unbehagen in der Kultur*, 1929), pînă la Roger Caillois (*L'homme et le sacré*, 1950) și Jean Stoetzel (*La psychologie sociale*, 1963) sînt de ordinul zecilor numele ce ar trebui menționate. Nu ne putem permite totuși acest lucru în condițiile prezentului capitol. Vom stăruî doar asupra studiilor ce par a-și fi păstrat încă actualitatea ținînd seama de ideile ce urmează a fi expuse.

Pentru Herbert Spencer (1820—1903) moda vestimentară ilustrează elocvent aspirația intim umană spre egalizare a indivizilor aflați în situații de inferioritate socială. Spencer crede că prin intermediul modei fiecare caută să se impună ca prezență vizuală, demnă de a fi privită cu interes, întru nimic deosebit, sub acest aspect, de ceilalți. Cine are mai mult succes, vestimentat într-un anumit fel, ajunge astfel să fie imitat. De aceea, domnia modei caracterizează societățile care, ieșind din „starea ierarhică“, tind spre cea „democratică“. Astfel, fiecare nouă modă conține în sine germenii uniformizării, ai standardizării, iar, prin aceasta, ai banalizării, imposibile de evitat altcum decît instaurînd o „nouă linie“ a veșmîntului, lansînd un alt sistem de forme vestimentare, necesar a fi de asemenea înlocuit cînd va atinge un anumit prag de saturație. În interiorul „fenomenului moda“ devin sesizabile, prin urmare, două mișcări. Prima antrenează pe cei ce rîvnesc la succesul obținut de alții — foarte puțini la număr — ca persoane vestimentate inedit. A doua antrenează pe cei care, cunoscînd pentru moment cel mai mare succes ca persoane vestimentate inedit, sînt constrinși, în perspectivă, să-l împartă cu imitatorii lor. Așadar, aceștia din urmă trebuie mereu să caute soluții „de linie“ a veșmîntului.

O înțelegere a modei vestimentare, oarecum apropiată de cea a lui Spencer, întîlnim și la sociologul francez Gabriel Tarde, foarte popular spre sfîrșitul secolului trecut.

Pentru Gabriel Tarde (1843—1904), așa cum rezultă din *Les lois de l'imitation*, lucrare publicată în 1890, moda nu face decît să ilustreze principiul „imitației“, care ar sta, chipurile, la baza întregii vieți sociale. Autorul crede că „virturile societății“ „contaminează“ permanent mulțimile în materie de gîndire, vorbire, comportament, gusturi estetice. Orice noutate apărută la primii e imitată de ceilalți. Cei ce descoperă și lansează noutatea sînt considerați de către Tarde „inovatori“, iar cei ce preiau noutatea „imitatori“. Drept urmare, atunci cînd veșmîntul purtat nu se dovedește suficient de atractiv, nu mai asigură corpului decît vag capacitatea de a încînta privirea, unii indivizi încearcă să opereze anumite inovații fie doar la nivelul unora dintre piesele componente, fie la nivelul întregii îmbrăcămînti. Cînd acțiunea lor ajunge să fie imitată, vom asista la începutul unei „noi linii a modei“. Pînă ce procesul de banalizare a veșmîntului se face iarăși simțit, „noua linie“ continuă să stîrnească interes. Apoi se impune reapariția „inovatorilor“ pe care, bineînțeles, toate mediile civilizate îi produc, firesc, la timpul potrivit.

Mai multe aspecte au rămas neclarificate de către Gabriel Tarde. Unul dintre ele îndreptățește întrebarea: cine poate fi „inovator“? Ce condiții trebuie să îndeplinească cineva pentru ca, sesizînd gradul de saturație estetică al veșmîntului, să propună o „nouă linie“, acceptabilă? Deoarece — știm cu toții — există destui oameni care, din dorința de a reține cu orice preț privirea celor din jur sfilează, programat, exigențele „modei în vigoare“. Totuși, lumea îi consideră niște *excentrici*; se uită plină de curiozitate la ei, dar nu apreciază ca demn de urmat, de „imitat — cum s-ar fi exprimat Gabriel Tarde — modul lor extravagant de a se îmbrăca.

În formularea răspunsului la întrebarea cine poate fi „inovator“, teoreticienii modei de la sfîrșitul secolului trecut au insistat asupra problemei prestigiului de care trebuie să dispună

cel ce își propune să lanseze o „nouă linie a modei“. Nu orice persoană are șanse să devină cu adevărat „inovator“ în materie de modă vestimentară. Cine vrea să lanseze o „nouă modă“ trebuie să dispună de un anumit prestigiu. Inițial s-a reținut numai observația că „inovatorii“ sînt oameni ce se bucură întotdeauna de prestigiu printre ceilalți. Ulterior, a apărut nevoia precizării tipului de prestigiu. Filosofii, savanții, artiștii de foarte mare prestigiu mai rar devin, ca să ne exprimăm printr-o formulă îngăduitoare, modele, cu perspectivă de a fi imitate, pentru felul lor de a se îmbrăca atunci cînd apar în public.

Astfel, a fost admisă ideea că „inovatorii“ trebuie să fie persoane cese bucură, în cercurile interesate de schimbarea „liniei“ veșmîntului, nu de orice prestigiu, ci de un prestigiu determinat — *prestigiul monden*. E necesar, deci, ca imitatorii să fie persoane cunoscute și recunoscute pentru felul cum știu să se îmbrace, trezind admirație atunci cînd apar în lume.

O vreme s-a crezut chiar că „inovator“ are puține șanse să devină cine nu se bucură și de celebritatea consacrată prin una din profesiunile de actor de teatru, actor de film, dansator, ori cîntăreț de muzică ușoară. Iată pentru ce, într-o anumită perioadă din istoria relativ recentă a succesiunilor de „linii ale modei“, au fost atrase, pentru lansarea și popularizarea noilor forme vestimentare, diverse „star“-uri. Experiența a valdat numai parțial această convingere. Se cunosc și cazuri cînd modele vestimentare noi, deși afișate prin intermediul stelelor de cinema, prin intermediul interpreților „idoli“ de muzică ușoară ori prin intermediul sportivilor aclamați pe stadioane, nu au cunoscut „imitatori“.

De fapt, în lansarea noii linii a veșmîntului, pe lîngă cel care se expune ca persoană îmbrăcată altfel decît „obișnuit“, succesul e datorat foarte mult specialiștilor, ce au contribuit, direct sau indirect, la crearea respectivului „model“. Pînă la urmă, lor le aparține întreaga strategie

vizînd instaurarea „noii linii“ a veșmîntului — de la concepția și execuția fiecărui model (compus dintr-un ansamblu de piese) ori a fiecărui „set“ de modele, pînă la calculul posibilei reușite a acestora pe piață. Dar am identificat noi oare toți factorii ce condiționează noua „linie a modei“? Este lucru știut că astăzi *casele de modă*, unele dispunînd de o reputație mondială, cum ar fi cele franceze pentru vestimentația feminină, cele engleze pentru vestimentația bărbătească, se îngrijesc să realizeze sute de „modele“ din care, însă, doar unele ajung să cunoască, eventual, succesul. Civilizația modernă a și impus, de altminteri, un nou tip de manifestare publică: *parada modei*. Ținînd seama de preferințele și opiniile exprimate de către publicul constituit pentru a-i fi prezentate noile modele ori seturi de modele, specialiștii în marketing, sociologie și psihologie socială încearcă să întrevadă șansele de reușită pentru un tip de efect vestimentar sau altul.

Ceea ce apare interesant sub aspect estetic în cazul fenomenului modă este conștiința efemerității schimbărilor pentru care se optează la un moment dat. Opțiunea are loc în condițiile în care există, de la bun început, convingerea că mîine „linia modei“ va fi alta, că altele vor fi formele preferate, că obiectul ales acum mîine va trebui abandonat. Din acest punct de vedere, ceea ce se întîmplă în cazul vestimentației apare prin opoziție cu ceea ce se întîmplă în cazul artei, care presupune, invers, ambiția ca obiectul preferat acum să se prezinte și mîine la fel, să posede și mîine aceeași valoare, să fie „etern“ același. Dintre domeniile estetice autonome, vestimentația modernă și design-ul sînt cele în cadrul cărora frumosul se identifică exclusiv cu noutatea. Vechiul, în limitele design-ului, devine întotdeauna sinonim cu uritul. Chiar cînd se revine la o „linie“ care a mai fost, trebuie avută în vedere valoarea de noutate pe care o presupune respectiva revenire, prin opoziție cu *status quo*-ul gusturilor, în materie de vestimentație,

imediat anterior. Totuși, poate că avea dreptate Baudelaire cînd nota: „Moda trebuie deci considerată ca simptom al gustului pentru ideal, plutind în creierul omenesc deasupra a tot ce viața naturală adună în el ca mitocănie, micime sufletească și mirșăvie, ca deformare sublimă a naturii sau mai curînd ca o neconținută și mereu înnoită încercare de a schimba natura“.*

Cîteva probleme rămîn, însă, greu de lămurit. Se spune, de obicei: „anul acesta, moda va fi“... Dar cine are dreptul să prezică în legătură cu felul cum trebuie să ne îmbrăcăm în decursul unui sezon, pe parcursul unui an sau al mai multora, atunci cînd mergem la teatru sau la operă, atunci cînd ne aflăm pe stradă, atunci cînd primim oaspeți sau chiar la „serviciu“? Aici intrăm într-un perimetru spiritual misterios. „Moda“ este propusă de către „casele“ prestigioase, de specialitate, prin intermediul reclamei, prin intermediul „paradelor“ organizate cu participarea unor manechine celebre, prin intermediul publicațiilor ilustrate, prin intermediul vitrinelor. Acest lucru, însă, nu se face întîmplător. Cei care caută să lanseze „moda“ astăzi au în vedere un complex de factori. Aspirațiile estetice ale populației interesate de modă, dintr-o anumită zonă geografică, sînt primele avute în vedere. Gradul de saturație estetică, în raport cu o anumită linie și cu anumite forme, condiționînd, de fapt, noile aspirații, nu poate fi, nici el, neglijat. Restricții — de ordin moral — care se cer înfruntate sau luate în considerare, ierarhiile sociale care se cer sfidate sau, dimpotrivă, respectate, prejudecățile la care e nevoie să se renunțe dețîn, de asemenea, o importantă pondere în consacrarea fiecărei linii a modei. Nu poate fi ignorată, adeseori, nici funcționalitatea noilor forme vestimentare.

Pe lîngă problemele referitoare la raporturile dintre cei ce lansează și cei ce preiau și consacră

* Charles Baudelaire, *Curiozități estetice*, București, Ed. Meridiane, 1971, pag. 214.

moda ca fenomen social, eseistica — pentru că e riscant de spus „studiile“ — pe această temă, publicată la sfîrșitul secolului trecut și începutul secolului nostru, s-a arătat foarte mult intrigată de faptul că nu toată lumea, ci numai anumite persoane sînt interesate în schimbarea liniei generale, a detaliilor și accesoriiilor veșmîntului.

De bună seamă, moda se definește în raport cu *numărul* persoanelor care acceptă „noua linie“ a îmbrăcămîntei „de apărut în public“ și în raport cu *grupul social* pe care acestea îl reprezintă.

După ce criterii unii oameni se preocupă mai mult de modă, alții mai puțin, iar alții deloc? Ce categorii de populație se dovedesc îndeosebi interesate de fenomenul modă? Orice răspuns posibil la fiecare întrebare formulată astfel presupune explicații în măsură a fi crezute sau măcar acceptate. Atunci cînd plauzibilitatea pare amenințată, doar poezia sau accentele de umor mai pot salva textul. Sub acest aspect trebuie privită cartea sociologului american, de origine norvegiană, Thorstein Veblen: *The Theory of the Leisure Class* (1899). Veblen (1857—1929) a fost contemporan cu Gabriel Tarde. Probabil existau și pe vremea aceea anumite idei, reprezentări și metodologii „migratoare“ de abordare a fenomenului modă. Deși aflați la o asemenea distanță geografică, fără să se fi cunoscut personal, Tarde și Veblen gîndeau astfel încît, sub unele aspecte, unul îl completa pe celălalt.

Thorstein Veblen pornea de la premisa că nu se poate discuta despre timpul liber al oamenilor în mod nediferențiat. *Loisir*-ul — spre deosebire de timpul de lucru, care presupune obligația prestării unei activități de obicei detestată — este onorabil; la el aspiră toată lumea. Totuși numai unii indivizi și unele categorii umane se pot lăuda cu accesul la *loisir*. Dacă munca e monotona și presupune întotdeauna efort fizic, *loisir*-ul, dimpotrivă, presupune spectacol și trîndăveală. Or, tocmai „dreptul“ la spectacol și trîndăveală sînt ostentativ afișate de cei care consacră „moda“. Îmbrăcămîntea persoanelor din așa-zisa „înalță

societate“ — „vîrfurile“ — nu se dovedește, de pildă, doar mai puțin practică, ci antipractică, devenind emblema statutului social al purtătorilor ei. „Disecată“ atent, lumea *loisir*-ului rezultă ca o adevărată clasă socială, structurată însă după alte criterii decît cele obișnuite.

Veblen considera că pot fi distinse astfel două mari clase, la nivelul tuturor societăților: „Clasa productivă“ și „clasa loisir“-ului. Fenomenul modei vestimentare privește exclusiv pe cei din „clasa loisir“-ului. Avînd acces nelimitat la timpul liber — timp, printre altele, „de apărut în lume“ pentru a fi privit și pentru a privi — membrii „clasei loisir“-ului încearcă mult mai repede decît ceilalți „sentimentul“ de saturație estetică a formelor vestimentare. De aceea, doar la ei intervine frecvent și presant nevoia evadării din *status quo*-ul formelor.

Intr-adevăr, pînă spre zilele noastre, fenomenul modei a interesat doar persoanele privilegiate social, cu acces nelimitat sau cu acces foarte mare la timpul liber.

Pe lîngă distincția deja operată, în legătură cu membrii „clasei loisir“-ului ca fiind constituiți dintre membrii „cercurilor“ dominante, Thorstein Veblen mai operează și o a doua distincție. El arată că, chiar în limitele „clasei loisir“-ului, asimilată „cercurilor“ dominante, se cere avut în vedere faptul că anumite categorii de populație — cele care sînt mai mult preocupate de problema apariției lor în public, pentru a fi privite și admirate, pentru a privi și admira pe alții — apar cu precădere afectate de moda vestimentară. Acestea sînt, potrivit teoriei lui Veblen, *femeile* și *tinerii*. Femeile — evident cele din vremea autorului —, spre deosebire de bărbați, pe lîngă faptul că nu erau implicate în procesul nemijlocit al producerii de bunuri materiale, aveau și mai puține obligații sociale, în ceea ce privește politica, administrația, armata, afacerile. Cît despre tineri, ei se aflau într-o situație ambiguă. În unele cazuri — arată Veblen — e vorba despre indivizi aflați încă în curs de pregătire pentru diverse funcții

și profesii. În alte cazuri, e vorba de indivizi aflați în așteptarea clarificării situației lor sociale, ținînd seama de drepturile patrimoniale ce urmează să le revină prin bunăvoința părinților sau prin succesiune. Oricum, tinerii apar mult mai mult afectați de „fenomenul modă“ decît bărbații trecuți de o anumită vîrstă.

Mai intervine pentru tineret și problema celui plus de energie vitală ce-l determină să-și consacre o mai mare parte a timpului liber activităților ce presupun apariții publice, în raport cu acea parte din timpul liber consacrată efectiv odihnei. Veblen observă că, pentru societatea americană de la sfîrșitul secolului XIX, moda privește, fără excepție, pe cei care au la dispoziție foarte mult timp liber.

Ulterior, o serie de alți sociologi și economiști au reconsiderat problema timpului liber la care oamenii au acces într-o anumită perioadă istorică, susținînd că și cei angrenați în activități productive directe, ori în activitățile auxiliare pot suferi consecințele modei. Așa cum s-a mai arătat altădată, timpul care putea fi utilizat de către majoritatea oamenilor și pentru apariția în public se confunda cu cel al sărbătorilor săptămînale și al altor puține sărbători survenite pe parcursul anului. Dar, încă din secolul XIX, timpul liber al omului „angajat“ să presteze zilnic o anumită muncă tinde să se amplifice. După „orele de serviciu“ apare acum problema timpului liber de dimensiuni intrucitva suficiente pentru ca o parte din el să poată fi folosită și pentru apariții în public, dacă cineva dorește.

Eroarea autorilor la care ne referim constă în a fi absolutizat importanța sporului de timp liber obținut de „masele muncitoare“. Totodată, ei au luat în discuție unele adevăruri, însă au ignorat altele. Desigur, dacă avem în vedere cele două tipuri fundamentale de civilizație, rural și urban, prin raționamente succesive rezultă limpede că populația citadină — mai ales locuitorii marilor orașe, unde există deja instituții speciali-

zate cu program regulat — poate folosi timpul liber ce-l are la dispoziție, foarte variat. Teatrele, sălile de concerte, mai târziu cinematografele, sălile de expoziții, hipodroamele, stadioanele, restaurantele, magazinele, strada devin astfel „puncte de atracție“, zilnică ori periodică, a individului în sfera unor manifestări asimilate celor festive sau ceremoniale. Dar, așa cum arătase înainte Marx, muncitorul, chiar locuind la periferia marilor metropole — deoarece zona centrală prin tradiție i-a fost inaccesibilă — nu poate să se bucure de toate posibilitățile ce rezultă din cîștigarea dreptului la un plus de timp liber care, de altfel, pînă în pragul secolului XX, și ca dimensiuni, se dovedește neînsemnat. Spectacolele de teatru, concertele, manifestările hipice presupun niște cheltuieli ce nu pot fi acoperite dintr-un salariu ce abia ajunge pentru „întreținerea“ cotidiană. Nici problema schimbării garderobei în funcție de manifestările la care urmează să participe nu se pune pentru el; omul muncitor are cel mai adesea „un singur rînd de haine pentru ieșit în lume“. A vorbi, deci, despre posibilitățile de absorbire în „clasa loisir“-ului a unor elemente provenite din rîndurile populației angrenate în activitățile productive directe, cel puțin pentru majoritatea țărilor, pînă spre mijlocul secolului XX, constituie o greu acceptabilă exagerare.

E adevărat că astăzi industria materialelor textile și confecțiilor, ajungînd să realizeze produse extrem de variate din unele materiale ieftine, după tehnologii capabile să conducă la reducerea simțitoare a prețului de cost pentru obiectul de îmbrăcăminte, a permis ca schimbarea veșmîntului — din considerente exclusiv estetice — să nu mai constituie o problemă nerezolvabilă pînă și pentru populația cu venituri modeste. Femeile tinere, chiar provenind din mediile mai puțin înstărite, pot acum schimba un „obiect“ de îmbrăcăminte și pentru simplul motiv că nu mai corespunde „cerințelor modei“.

Fără a pretinde că s-a ajuns la o democratizare totală a modei vestimentare, vom recunoaște,

prin urmare, că în condițiile țărilor economic dezvoltate, în secolul XX, obiectul de îmbrăcăminte poate fi procurat și de către lumea cu venituri relativ mici. Moda vestimentară cuprinde, într-adevăr, astăzi, în sferele sale, persoane provenind din categorii și clase sociale diverse, însă nu total lipsite de posibilități materiale.

Ar mai putea fi avute în vedere și alte explicații „savante“ ale modei vestimentare. Nu vom stărui asupra tuturor. Două dintre ele merită, totuși, să fie menționate. Prima pornește de la recunoașterea faptului că timpul liber sporit, la care oamenii au ajuns să aibă în vremea noastră acces, nu epuizează toate posibilitățile de obținere a unui răspuns mulțumitor referitor la succesiunile, în ritm accelerat, de „linii ale modei“ din ultimele decenii. Explicația la care ne referim, de extracție sociologizantă, privește „cauzele de ordin economic“ ale modei vestimentare. Anumite întreprinderi, pentru a-și asigura posibilități corespunzătoare de vînzare a țesăturilor și tricotajelor pe care sînt profilate, ar căuta să forțeze, pe nevăzute canale, schimbarea „liniei modei“, ceea ce atrage, firese, după sine consumuri corespunzătoare. Astfel, bunăoară, „lupta“ dintre linia scurtă și cea lungă a veșmîntului feminin — dintre „mini“ și „maxi“ — înregistrată după ultimul război mondial, nu ar fi decît expresia sublimată a conflictului dintre „consumatorii“ de veșminte și producători. Cîtă crezare se poate acorda unei asemenea opinii, va fi întotdeauna greu de spus.

O altă explicație a succesiunilor de „linii ale modei“ din ultimul veac s-a profilat din perspectiva studiilor de psihiatrie de diverse orientări. Ea privește alte cauze. Marile evenimente ce au zguduit lumea în vremea noastră ar fi afectat profund psihismul individului, determinînd un comportament ce ține de domeniul patologicului. Plăcerea de a te expune în public, pentru a fi admirat, dar și pentru a constitui obiect de tentație erotică nu ar reprezenta, din acest punct

de vedere, decît expresia tendinţelor exhibiţioniste localizabile la nivelul inconştientului. Plăcerea de a privi descoperite acele părţi ale corpului capabile să sugereze o posibilă experienţă erotică, ar fi expresia unor tendinţe „voyeuriste“. Consemnînd şi existenţa unor asemenea opinii, nu înseamnă că le-am putut legitima sau că sîntem de acord cu ele.

Am putea continua această trecere în revistă a explicaţiilor ce au fost găsite „fenomenului modă“. Trebuie ţinut seama, însă, şi de faptul că moda vestimentară se pretează nu numai la o abordare din exterior, pe linia tipului de comentariu speculativ — cum a fost cazul pînă acum —, ci şi la o abordare din interior, situîndu-ne pe poziţia creatorului de îmbrăcăminte.

7. Ochiul poate înşela. Tehnici de „mistificare“ vizuală

După cum s-a putut vedea, două sînt elementele de bază compunînd silueta umană generatoare de spectacol: corpul şi veşmintele. Înţelegerea corectă a relaţiei dintre corp şi veşminte prezintă importanţă, intrucît moda vestimentară se defineşte în lumina diferitelor schimbări ce pot surveni atît la nivelul îmbrăcăminte, cît şi la acela al atitudinii faţă de linia generală a corpului. Idealul clasic de frumuseţe a corpului uman, consacrat prin atîtea sculpturi celebre ale antichităţii greco-romane, cultivat şi de către artiştii Renaşterii, nu a fost întotdeauna cel promovat la nivelul modei vestimentare.

Numai în secolul XX, de pildă, putem reţine, cîteodată la distanţă doar de două sau trei decenii, mai multe schimbări radicale de „optică“ privind frumuseţea corpului feminin potrivit canoanelor modei în vigoare. De la moda „1900“ — pieptul plat, mijlocul subţire, şi şoldurile proeminente — care presupunea încă o „arhitectură“ a îmbrăcăminte foarte complicată, greoaie, arti-

ficioasă, se ajunge, spre anii '30, la cultul siluetei „à la Joséphine Baker“, suplă, dinamică, firească, făcînd inutil corsajul. După unele efemere şi timide reveniri la „formele rotunde“, exact peste treizeci de ani, prin Audrey Hepburn, actriţă de cinema, prin Verushka şi Twiggy — manechine de profesie —, se impune un tip de siluetă feminină opus celui de la 1900, însă aproape la fel de „voită“. Este silueta ce poate fi obţinută numai printr-un regim alimentar represiv, antrenînd o slăbire atît de accentuată încît dispar orice proeminente corporale. A fost poreclită „silueta de tip subalimentat“. Cu ajutorul ei s-au împus, însă, succesiv, cele două „linii“ extremiste ale modei vestimentare feminine din secolul nostru — „mini“ şi „maxi“. Deceniul opt a început prin revenirea la formele ceva mai rotunde, iar prin asta, desigur, mai fireşti. Mai puţin a fost afectată profund de modă, în această perioadă, vestimentaţia bărbătească. Doar la nivelul unor elemente secundare — tunsura, barba, mustăţile — ea s-a făcut simţită în mod şocant.

Cum principalele dimensiuni şi proporţii ale corpului nu pot fi modificate după voinţă — excepţie făcînd talia — cu ajutorul veşmîntului se pot crea diverse iluzii în acest sens. Culorile, direcţia liniilor, structura şi textura materialului textil, decoraţiunile pot nu doar sugera, ci crea chiar iluzia dimensiunilor şi proporţiilor corespunzătoare canoanelor fiecărei linii a modei. Secretele unor atari iluzii sînt cunoscute din timpuri foarte vechi şi au fost utilizate nu numai de către creatorii de veşminte. Anumiţi psihologi moderni s-au pasionat într-atît de ele încît le-au identificat cu însăşi esenţa esteticului. Mai ales psihologia formelor, în diferitele sale variante, a căutat să le studieze de pe platforma acestei convingeri. Se porneşte de la premisa că toate simţurile se pretează la mistificarea informaţiei ce le parvine despre diferitele prezenţe ale lumii obiective. Aşa, bunăoară, dintre mai multe obiecte de volum diferit, dar de aceeaşi greutate, cele

mai mici vor crea impresia — celui ce încearcă să le ridice — că sînt mai grele. Dacă aripile unei mori de vînt sînt observate din profil în timp ce se învîrtesc, creează impresia unei rotații într-o direcție opusă celei reale. La lungime egală, o linie verticală pare mai lungă decît cea orizontală. Un alt frapant tip de distorsiune vizuală este cunoscut sub numele de „săgețile Muller-Leyr“, prezentată începînd din 1890 în cincisprezece variante. E vorba despre două linii orizontale drepte, de aceeași lungime, cu ambele capete terminate, una în formă de săgeată, alta în forma literei „v“ de tipar. Cea avînd capetele în formă de „v“ va părea — invariabil — mult mai lungă prin comparație cu aceea avînd capetele terminate în formă de săgeată. Un curios „caz“ de iluzie vizuală este ilustrat prin așa-zisul triunghi al lui Penrose — ajustaj, logic, de birne pătrate ce alcătuiesc un triunghi avînd, aparent, toate unghiurile drepte. La prima vedere nici nu-ți poți da seama că este vorba de imaginea unui obiect imposibil. Iluzii asemănătoare se pot obține și cu ajutorul culorilor.

Creatorii de îmbrăcăminte, ca și artiștii, au cunoscut, fără îndoială, aceste adevăruri, cu mult înaintea expunerii lor în lucrările savante ale psihologilor. Încă din anii de ucenicie, ei învață că veșmintul trebuie conceput în așa fel încît să avantajeze vizual purtătorul. Prin efecte de volum și masă, de punct și linie, de structură și textură a materialului textil, de armonie și contrast cromatic, de „închis“ și „deschis“, de „mat“ și „lucios“ se poate crea iluzia unor dimensiuni sau proporții corespunzătoare frumuseții „la modă“ *.

Culorile calde, de pildă, — roșurile, galbenurile, oranjurile — pot crea aparența de apropiere, iar

* Interesante și cuprinzătoare observații în acest sens pot fi întîlnite în: *Economics of Fashion* (New York, 1928) de Paul H. Nystrom, *Fashion & Color* (Tokio, 1985) de Kojiro Kumagai — o sistematizare amplă, făcută cu multă competență —, *The complete book of Fashion Illustration* (New York, 1984) de Sharon Lee Tate și Mona Shafer Edwards.

prin aceasta de amplificare a formelor. Culorile reci — albastrurile, movurile — dimpotrivă pot crea iluzia de îndepărtare, iar prin aceasta de reducere a dimensiunii formelor. Albul îmbină proprietăți diferite; pe de o parte, creează iluzia de amplificare a formelor, iar pe de altă parte, atenuează sugestiile de greutate și căldură. Îmbrăcămîntea albă îl face pe purtător să pară mai impunător, dar, în același timp, mai lejer. Sînt adevăruri cunoscute bine de către toți croitorii. În opoziție cu albul, negrul comprimă dimensiunile și sugerează o greutate mai mare. Griul — neutru — prezintă o seamă de proprietăți ce îl apropie atît de alb, cît și de negru.

Prin contraste — cantitative și calitative — de culoare, iluziile de „înalt“ sau „scund“, de „masiv“ sau „suplu“, de „greutate“ sau „lejeritate“, de „răceală“ sau „căldură“, atunci cînd e vorba de corpul uman vestimentat, pot fi, așadar, dirijate, cu pricepere, după voință.

Nu trebuie uitat că fiecare culoare are *tonurile* și *nuanțele* sale, care, la rîndul lor, prin armonie și contrast, permit efecte și mai subtile. Cromatica îmbrăcămîntei poate scoate în evidență ori neutraliza culoarea părului, a ochilor, a pielii.

Unele efecte vizuale, la nivelul vestimentației, pot fi obținute și pe baza simbolisticii populare — foarte vechi — a culorilor. În acest sens, la popoarele europene, roșul poate însemna: pericol, dragoste, căldură; albastrul: constanță, resemnare, seninătate; galbenul: înțelepciune, bunătate, gelozie; verdele: speranță; albul: puritate, fericire, virtute, credință; negrul: durere, păcat, demnitate etc.

E necesar să nu se uite nici faptul că toate efectele de culoare variază în funcție de lumină.

Ele mai variază și în funcție de textura materialelor textile. Aceeași nuanță se prezintă diferit, cînd suportul ei este velurul, stofa subțire de lînă, taftaua, un produs tricotat din fibre sintetice ori satinul.

Efectele de *linie* și *punct* au și ele, în construcția formelor vestimentare, o foarte mare importanță.

Prin linie pot fi obținute iluzii optice fără de care unitatea în diversitate relativă a oricărei „mode“ ar fi de neconceput.

Liniile verticale creează iluzia de alungire a siluetei umane. Deoarece linia creează, de obicei, iluzia unei lungimi mai mari decât șirul de puncte marcând aceeași distanță, dungile, cutele, pliurile și benzile — toate pe verticală — contribuie mai mult la obținerea aparenței de înălțime a siluetei decât „rindul“ de nasturi, ori alte „decorațiuni“ similare, dispuse pe aceeași direcție.

Întretărirea liniei verticale cu una orizontală anulează, parțial, iluzia de alungire a formei. Astfel își găsește explicație, printre altele, purtutul cordoanelor și centurilor, nejustificate uneori din punct de vedere practic. Creatorii pricepuți de veșminte știu să utilizeze cu abilitate asemenea efecte pentru a crea iluzia unei siluete ce corespunde proporțiilor la modă, prin reducții ori amplificări convenabile, atât de înălțime, cât și de lățime.

Liniile orizontale pot contribui exclusiv la obținerea aparențelor de lățime. Îmbrăcămintea cu dungi, benzi ori încrețituri orizontale avantajează, de aceea, ori persoanele prea înalte, ori pe cele relativ scunde, dar având talia foarte subțire.

Liniile oblice sînt de obicei derutante în raport cu poziția verticală a corpului. Efectul lor e cel mai mult utilizat pentru a ascunde defecte generale de siluetă, cu precădere eventualele deformări ale trunchiului.

Liniile de „cusătură“, „margină“ și „capăt“ pot fi utilizate, în funcție de poziția lor, pentru obținerea aparenței atât de înălțime ori lățime, cât și de suprafață sau masă.

Alături de efectele de culoare, linie și punct se impun reținute cele de *volum, masă, suprafață*. Există nenumărate posibilități de a întretine iluzia unor proporții armonioase, a unor mărimi convenabile, a unor suprafețe plăcute — ascunzînd defectele de siluetă, eventualul aspect mai puțin agreabil al carnației, deformările ce survin odată

cu vîrsta — prin intermediul grupului de „efecte“ la care ne referim.

Textura și proprietățile de „aspru“ sau „moale“, „des“ sau „rar“, „gros“ sau „subțire“, „greu“ sau „ușor“, „mat“ sau „lucios“ ale materialului textil sînt, fără îndoială, elemente la care croitorii apelează cel mai mult ca să rezolve situațiile ce se ivesc în acest sens. Totuși, ele nu sînt singurele.

Contexturile reprezintă stoffele concepute deja la nivelul procesului de țesere drept suprafețe formînd o anumită compoziție de linii și culori, de motive decorative diverse.

Imprimeurile constituie materialele textile țesute, tricotate, cusute sau produse altminteri, ce au fost supuse, după obținerea lor astfel, unor operații suplimentare de aplicare și fixare a decorațiunilor realizate în tehnicile culorii.

Pentru vestimentația feminină, îndeosebi, se mai folosesc și țesăturile brodate.*

Ține de domeniul experienței curente observația că un volum divizat prin zone de culoare puternic contrastante pare mai mare decât altul uniform. Ea stă la baza convingerii tuturor creatorilor de îmbrăcăminte că pentru persoanele tinere — scunde și slabe — e indicat veșmintul bazat pe contraste cromatice mai pronunțate. Corpul pare atunci a câștiga, proporțional, în dimensiuni. Din aceleași considerente, pentru persoanele înalte și voluminoase e recomandabil veșmintul ce exclude contrastele cromatice puternice — de calitate ori cantitate; silueta pare astfel mai mică. Materialele textile decorate „în carouri“, creînd, de asemenea, aparența de „comprimare“, folosite în vestimentație, dezavantajează persoanele scunde și grase.

Tot de domeniul experienței curente ține și observația că materialele textile cu decorațiuni bazate pe contraste cromatice puternice și care

* O prezentare incompletă, dar care merită menționată, a principalelor tipuri de materiale pentru vestimentație, poate fi înțilnită și în cartea Yvonnei Deslandres: *Le costume, image de l'homme*, citată anterior.

ocupă zone mari, raportate la întreaga suprafață, obligă la foarte mare prudență, când este vorba de vestimentația persoanelor scunde. Decorația va fi atunci singura care se va impune, silueta pătrund și mai mică decât este în realitate. Totodată materialele textile avînd decorația bazată pe formele ce ocupă spații mici raportate la întreaga suprafață, discrete și delicate, întrebuintate în creația de veșminte, vor face ca o persoană înaltă și voinică să pară și mai mare.

Observația că suprafețele nelucioase sau de culoare „închisă” par mai mici decât cele care au aceeași dimensiune, dar sînt lucioase ori de culori vii a determinat convingerea creatorilor de îmbrăcăminte că persoanele scunde și slabe sînt mai avantajate de cromatica „deschisă” și materialele lucioase. Evident, se cere ținut seama și de vîrstă; de la o anumită „etate”, totuși, tonurile „tipătoare” la femeii sau fusta prea scurtă — chiar cînd corespund liniei la modă a veșmîntului — nu mai „stau bine”.

Observația că materialele textile moi, mulabile, care formează prin excelență linii curbe, sînt mai indicate în construcția veșmintelor al căror volum vrem să fie discret, decât cele tari și aspre, creînd unghiularități și avînd tendințe de expansiune în raport cu unele proeminențe ale corpului, ține, de asemenea, de domeniul experienței curente.

Greutatea, consistența, grosimea — în funcție și de croială — se dovedesc elemente prioritar exploatabile pentru a obține aparențele de volum și masă dorite.

Rezultă că, deși se spune „linia modei”, în realitate efectele pe care se bazează fenomenul analizat nu sînt numai de linie. Bineînțeles, fiecare dintre tipurile de efecte menționate, cu nenumăratele lor variante, capătă sens nu numai raportat la calitățile materialului din care urmează a fi confecționat veșmîntul, la dimensiunile persoanei în cauză, ci, în egală măsură, raportat la gustul estetic ce guvernează o modă sau alta și la unele dispoziții subiective ale omului.

Așadar, fenomenul modei vestimentare consacra convingerea tuturor celor ce apar mai mult în public și se preocupă să ofere prin îmbrăcăminte purtată un spectacol estetic plăcut — sau, în anumite cazuri, doar interesant — că, pentru moment, unele efecte de culoare, linie, suprafață, masă, volum au cel mai mare succes și, deci, trebuie cultivate ca atare.

Paul H. Nystrom, un american interesat de fenomenul modei exclusiv din considerente comerciale, care a publicat în 1928 *Economics of Fashion* — carte la care ne-am mai referit, conținînd, pe lîngă diverse idei și observații estetice naive, și unele analize interesante, deci discutabile, privitoare la perspectivele producției de confecții după primul război mondial — avansează, din această perspectivă, unele sugestii captivante. El crede că moda este expresia stilului specific epocii istorice în care apare. Nystrom, dispunînd de o cultură artistică relativ redusă, privește totul cu ochii negustorului. Ideile sale sînt exprimate stîngaci, iar definițiile privind stilul și moda nu pot fi acceptate. Și totuși, în mare el are dreptate.

Fără să arate în ce constau, Paul H. Nystrom recunoaște și consemnează existența stilurilor istorice sesizabile la nivelul celor mai diverse domenii de manifestare umană, comportînd determinatii specifice pentru fiecare țară, grup de țări, continente. După părerea sa, unele stiluri istorice durează mai mult, altele mai puțin, sau chiar foarte puțin; unele se prezintă mai spectaculos în domeniul artei, altele în domeniul vestimentației ș.a.m.d.

Moda ar fi — după Nystrom — stilul epocii ce se prezintă spectaculos și în domeniul vestimentației, ori numai în cel al vestimentației, dîrînd foarte puțin. Cînd e vorba de un stil istoric de lungă durată, în vestimentație am avea de-a face cu anumite derivații, imprecizabile numeric, de la sistemul formelor de bază ale îmbrăcămîntei care se succed neregulat. Desigur, afirmația lui Nystrom că „moda este stilul general acceptat la un moment dat” s-ar fi cuvenit, dacă nu dez-

voltată, atunci măcar exemplificată. Altminteri, ea rămâne fără nici o acoperire, în condițiile în care și alți termeni de lucru nu sînt suficient precizați — totul stăruind la nivelul generalităților greu de controlat. De exemplu, vestimentația feminină, dar și cea masculină din Europa secolului XIX au cunoscut multe „linii“ ale modei. Sub semnul cărui stil istoric poate fi pusă fiecare?

Mai delicat se prezintă situația în secolul XX. Nystrom consideră că vestimentația, ca și arta din această perioadă, ar sta sub semnul unui singur stil, cel „modern“. Cu toate acestea, deosebiri de linie, volum, masă — nu numai dintre veșmintul de la 1900 și cel din 1985, dar și dintre cel de pe timpul ultimului război mondial și cel din 1987 — sînt prea mari pentru ca o asemenea opinie să nu trezească îndreptățite nedumeriri.

Pe de altă parte, e limpede că cel puțin unele dintre marile stiluri ale artei au condiționat diversele succesiuni de linii ale modei vestimentare.

Problema rămîne încă nelămurită, cu atît mai mult cu cît Nystrom e de părere că așa cum moda vestimentară se raportează la „stilurile istorice“ cu o durată mai mare prin succesiuni de forme avînd caracterul unor „variații pe aceeași temă“, și în interiorul acesteia devin sesizabile fenomene asemănătoare.

Știm că orice modă se traduce prin succesiuni de efecte diverse, considerate, fără motivație obiectivă temeinică, ca avînd cel mai mare succes o vreme. Intervalul e însă foarte scurt. Neajungînd să se banalizeze neapărat complet — în contextul aceleiași „linii“ a modei vestimentare — efectele vizuale, considerate ca avînd succes pînă la un anumit moment, sînt înlocuite cu altele. Nystrom identifică manifestările la care ne referim drept cele desemnate obișnuit prin expresia: *capricii ale modei*. Astfel, crede Nystrom, orice „capriciu“ de tipul celor menționate — „*fad*“ în engleză — constituie un fel de modă în miniatură. Rostul „capriciilor modei“ ar fi acela de a cultiva noutatea

și surpriza. De bună seamă, în această privință Nystrom nu greșește.

Evident, merită reținute încă multe alte observații cuprinse în lucrarea lui Paul H. Nystrom, poate tocmai fiindcă aceasta a fost scrisă de cineva care prin înseși preocupările sale e prea puțin dispus spre poezie și comentariul filosofic pretențios. Economistul american crede, bunăoară, că perioadele optime pentru afacerile profilate pe producția de îmbrăcăminte la modă trebuie localizate la nivelul „capriciilor“ care produc cea mai mare surpriză și stîrnesc cel mai mare interes, incitînd realmente lumea, provocînd, pe arii sociale întinse, o stare de emoție ce afectează mai ales generația tînă. Atunci moda devine „nebulie“, „turbare“ (în engleză *craze*).

Chiar dacă teoria lui Paul H. Nystrom, despre capriciile și furorile modei, nu poate fi acceptată integral, ea are totuși meritul că ne invită să ținem seama și de ceea ce se petrece în „subteranul“ producției de confecții.

Cît își pot permite oamenii să se îmbrace în consens cu noua „linie“? De cele mai multe ori e ignorat tocmai aspectul economic, care deși se prezintă undeva la „subsolul“ marelui edificiu al modei, rămîne foarte important*. Nu o dată, se au în vedere doar stările de lucruri de la suprafață, uitîndu-se că fluctuația de forme, schimbarea „liniei“, fluctuația de detalii și accesorii, mutațiile survenite în materie de cromatică a

* Deși se referă la situații diferite de cele specifice realităților noastre sociale, facem trimitere la importanta lucrare a lui Bruno du Roselle, *La crise de la mode* (Paris, 1973), tratînd pertinent, în lumina actualelor stări de lucruri, problematica producției de îmbrăcăminte în țările occidentale industrializate. A se vedea în acest sens și Elisabeth Ewing — *History of 20th Century fashion* (ed. a V-a, London, 1981) sau catalogul *Il Disegno dell' Alta Moda Italiana*, vol. I — *Progetto e stile*, vol. II — *Moda e ritratto*, Roma, 1982. O interesantă analiză și prezentare a aceleiași problematici se găsește, de asemenea, în G. Ragone — *Sociologia dei fenomeni di moda* (Milano, 1976).

vestimentației, nu pot fi niciodată universale. Ele apar condiționate mai mult sau mai puțin vag de un anumit corp de tradiții, de acea stare specifică a gusturilor dintr-o țară sau alta.

8. Situații contemporane

Fără îndoială, realitățile din fiecare țară asimilează într-un mod inconfundabil liniile modelor care se succed, astăzi cel puțin, la scară planctară. De la populațiile care sînt integrate stilului de viață tribal și pînă la populațiile trăind în marile aglomerații urbane de tipul unor orașe cum sînt Tokyo, New York, Londra, Paris, Roma, intervin numeroase „situații intermediare” aducînd în discuție predominanța diverselor tradiții, care cîteodată exclud influența marilor linii ale modei provenind dintr-un centru sau altul.

Vom reține, prin urmare, o arie în limitele căreia se manifestă moda vestimentară.

Indiferent cine pot fi „inovatorii”, problema locului de unde se lansează „noua linie a modei” devine în egală măsură hotărîtoare. Dintr-un oraș obscur de provincie, unde oamenii se îmbracă desuet, nu se poate propune o nouă „linie a modei”, cu șanse de succes. Apare, în aceste condiții, problema *centrelor modei* — acele orașe de mare prestigiu monden, cucerit de-a lungul anilor, cîteodată secolelor, cunoscînd o viață publică intensă, în care preocuparea pentru modul cum apare cineva în ochii celorlalți e recunoscută ca fiind importantă și în care numărul punctelor de apariție publică pe care individul are posibilitatea să le frecventeze este foarte mare și divers. Parisul a fost recunoscut, de mai multe sute de ani, drept „centru al bunului gust” în materie de vestimentație. Mai tîrziu, Londra, Viena, Roma sau Milano au ajuns să se bucure de un statut asemănător. Astăzi se mai pot lua în considerare încă alte cîteva orașe ce apar drept centre ale modei. Aici ființează marile *case de modă* — in-

stituții specializate în confecțiile vestimentare, ținînd seama de gustul estetic actual și de cel posibil în viitor — care ne propun noile modele.

Prin prestigiul monden ce au reușit să și-l asigure, asociat prestigiului persoanelor ce lansează noile modele vestimentare, în conformitate cu perspectivele devenirii gustului estetic în materie de îmbrăcăminte, una sau alta dintre casele de modă ajung să impună, în condiții totuși dificile, o „nouă linie”, fie pentru întregul veșmînt, fie pentru anumite piese și accesorii. Concepute și testate ca viitoare modele pentru noua linie a modei, confecțiile lansate de către „casele” de specialitate sînt accesibile, inițial, doar unui grup restrîns de persoane, cele mai mult preocupate de noutate în materie de îmbrăcăminte, nu lipsite de îndrăzneală și fantezie, evident din rîndurile populației tinere, cu posibilități materiale corespunzătoare. De obicei, în această fază veșmîntul este creat prin raportare la datele corporale, concrete și inconfundabile, ale fiecărei persoane. Francezii au pentru acest tip de veșmînt — de comandă — expresia, intrată ca atare în vocabularul de specialitate, *haute couture*. Mai tîrziu, cînd intervine problema certitudinii cu privire la succesul relativ al „noii linii” apar confecțiile realizate în serii mici. În funcție de succesul cunoscut pe piață, se poate trece, prin preluarea de către firmele de confecții „de-a gata” (formulele consacrate fiind: cea franceză *prêt-à-porter* și cea engleză *ready-made*), la producția industrială de mare serie.

Pe parcursul ultimului secol, în materie de modă vestimentară, au intervenit anumite fenomene, pe care ne propunem să le punctăm. La început, cînd industria confecțiilor nu se dezvoltase sau se dezvoltase încă puțin, moda privea doar tipul de veșmînt realizat după principiul „*haute couture*”. Datează de mai multă vreme ideea confecțiilor „de-a gata”, chiar a celor de bună calitate. Însă, pînă relativ recent, aceste confecții nu se supuneau decît foarte vag principiilor modei. Ele erau produse în așa-zisul „stil

clasic" pentru bărbați sau într-un stil ambiguu pentru femei, preluând unele elemente de „linie a modei" în vigoare, dar acelea care să nu facă veșmintul de nepurtat atunci cînd eventuale schimbări ar surveni „peste noapte" sub aspect cromatic, sub aspectul diverselor detalii sau accesorii.

Confecțiile „prêt-à-porter", realizate după cerințele modei, constituie o realitate estetică vestimentară mai nouă, prezentă pretutindeni azi în viața oamenilor.

S-ar cuveni unele explicații suplimentare în legătură cu moda vestimentară, afirmată astăzi prin intermediul confecțiilor „prêt-à-porter". După ultimul război mondial, cu precedente și în perioada interbelică, producția industrială de confecții vestimentare la modă s-a reprofilat. Ea a devenit mai mobilă, capabilă să se adapteze preferințelor valabile pentru perioade foarte scurte — un an, în unele cazuri — un sezon.

Cel puțin pînă foarte curînd, expansiunea noii linii a modei se producea în modul următor: mai întîi, se lansau pe piață, ca unicate ori în serii foarte mici, modelele propuse de către casele specializate. La acest nivel, „moda" apărea prin excelență ca „scumpă" și „rară", iar accesul la ea era considerat „lux". Testate la nivelul unicateilor și epuizate la nivelul seriilor mici, modelele erau apoi vîndute întreprinderilor de confecții, drept prototipuri pentru marile serii industriale. La acest nivel, „moda" devenea deja „ieftină" și „populară". Pe măsura introducerii noilor confecții „la modă" în circuitul comercial, ele începeau să se „învechească" estetic, ajungînd repede la acel prag de saturație dincolo de care intervine fenomenul banalizării formelor.

Pentru a se grăbi consumul de „modă", cu perspective apropiate de învechire, în țările capitaliste mai ales, se recurge la sistemul „soldurilor": confecțiile pasibile a se demoda ajung atunci să se vîndă la prețuri derizorii. Între timp, sînt căutate sensurile „liniei" ce va urma și se

propun noi modele care vor parcurge exact aceleași rută.

Astăzi, „noua linie" e lansată direct, citeodată, la nivelul marilor serii industriale de îmbrăcăminte.

Din problemă estetică, moda vestimentară devine astfel problemă economică, interesînd direct sferele industriei și comerțului.

Mai apare însă și un alt aspect, interesînd de data aceasta sociologia. El privește extinderea „modei" inițial cuprinzînd numai „centrul", apoi trecînd spre „periferie", ale cărei granițe sînt aproape imposibil de precizat.

Adaptarea producției industriale de confecții textile la cerințele modei presupune atente investigații ale pieței, investigații sociologice și psihologice, întreprinse, obișnuit, de grupul specialiștilor ce propun „noua linie".

Apariția confecțiilor „prêt-à-porter", realizate la scară industrială și cu mijloace industriale, conform noilor cerințe ale modei, a adus în discuție cîteva fenomene remarcate tot mai mult de către comentatorii fenomenului pe care îl analizăm. Intervine, înainte de toate, problema „democratizării" modei. Altădată, cînd exista doar vestimentația de comandă, „haute couture", moda prezenta o importanță socială relativ redusă. Cînd devine posibil veșmintul realizat „de-a gata" după „noile cerințe" ale gustului, moda apare implicată în viața a milioane și milioane de oameni. Într-adevăr, indiferent de distincțiile posibile între diferitele grupări umane — pături, clase sociale etc. — lumea interesată are astăzi mult mai mult acces la valorile „modei".

Desigur, aceleași forme vestimentare pot fi realizate din materiale diferite și în sisteme diferite. Nu se prezintă „la fel" calitatea veșmintului realizat de comandă și cea a veșmintului produs „de-a gata". Oricum, însă, moda a devenit mai „democratică". Procesul de „democratizare" a valorilor modei impune atenției noastre anumite aspecte inedite ale condiției contemporane a veșmintului.

Se poate vorbi despre o anumită actualitate a materialelor ce nu costă mult, folosite în producția de confecții, „după noua linie a model”. Ea este determinată de faptul obiectiv că, durind foarte puțin, „noua linie” presupune un ȳșmint care să nu coste mult și, astfel, să nu-ți pară rău atunci cind îl abandonezi intrucit nu mai corespunde noilor gusturi.

Deoarece accesul la ȳșmintul realizat în conformitate cu „noua linie” nu mai constituie o problemă atit de dificilă ca altădată, moda și-a extins sferile de influență și asupra altor categorii umane decit cele interesate tradițional, ca virstă, de schimbarea formelor îmbrăcăminteii pentru apărut în public. Chiar ȳșmintul oame-nilor maturi începe să se supună „capriciilor model”. Vom reține ca reprezentativ și pentru populația mai în virstă cultul siluetei tinerești, degajate, dinamice.

Se renunță, în general, la îmbrăcăminteaa greoaie și nepractică, efectele scontate fiind cu precădere cele de linie, cromatică, decorațiune a materialului textil, asociate la cele ale accesoriilor, podoabelor, încălțăminteii etc.

Pretutindeni asistăm la un adevărat cult al siluetei umane vigoaroase, al siluetei sportive în general. La cei tineri, importante părți ale corpului sint lăsate descoperite, pentru ca, prin contrast cu vestimentația să dea impresia de vivacitate, vigoare și prospețime, sănătate.

Prin faptul că oamenii ajung să aibă la dispoziție tot mai mult timp liber, ca și prin faptul că deosebiriile dintre munca fizică și cea intelectuală tind, pe alocuri, să se șteargă, „fenomenul modă” afectează acum și diverse resorturi ale îmbrăcăminteii cotidieiie. Pe stradă sau în magazine poți intilni lume îmbrăcată la modă. E adevărat că estomparea deosebirii dintre îmbrăcăminteaa festivă și cea de lucru nu se datorește numai cauzelor menționate. „Reabilitarea estetică” a unor piese din sistemul acesteia din urmă pare a fi avut, de asemenea, un rol destul de mare. Noile linii ale modelii s-au inspirat masiv

din formele considerate altădată specifice doar îmbrăcăminteii de lucru.

Și unele mutații survenite pe planul convingerilor politice, filosofice și morale ale tinerilor s-au răsfrînt, în ultimele decenii, asupra vestimentației adoptate. Citeodată, noua linie a modelii trădează foarte clar accentele de protest împotriva vechilor prejudecăți morale sau chiar sociale. Astfel, se cere privită îmbrăcăminteaa „unisex”, dominînd de mai bine de peste trei decenii preferințele estetice, în multe medii tinere. Ea privește un sistem ambiguu de forme vestimentare situate la granița între ceea ce putea fi conceput altădată ca îmbrăcăminte de lucru și îmbrăcăminte de sărbătoare, dar și la granița dintre îmbrăcăminteaa masculină și cea feminină. S-a pornit de la „reabilitarea” pantalonului în vestimentația feminină, dar cu timpul s-a mers mai departe, reabilitîndu-se un anumit tip de pantalon, cel specific îmbrăcăminteii de lucru a fermierului american — *blue jeans*. Asociată ple-telor, ca și unor elemente ce modifică fizionomia — barba, mustățile — noua vestimentație consacra, pentru bărbați, silueta umană pitorească, intilnită pretutindeni în marile metropole de astăzi. Silueta feminină apare ușor masculinizată; totuși, noua vestimentație reușește de minune să pună în valoare datele individuale. Îmbrăcăminteaa „unisex” se legitimează ca formă de protest împotriva vechilor prejudecăți privind inegalitatea sexelor, ca și împotriva convingerii burgheze că „haina face pe om”. Ea este adoptată astăzi de către numeroși tineri din medii sociale foarte diverse și de pe spații geografice extrem de întinse.

Tot mai mult vestimentația modernă pune preț, în ce privește construcția formelor și asocierea accesoriilor, pe sugestiile provenind din sfera portului popular. E cazul, printre altele, al croielii și motivelor de ie românească, preluate în condițiile unei piese vestimentare feminine universal acceptate.

Vestimentația pentru alte categorii de populație decît femeile pînă la o anumită vîrstă și tîneretul poate comporta și ea, după cum am văzut, unele modifîcații în sensul modei, dar care nu sînt supuse aceluiași ritm trepidant. De aceea, ele devin mai greu sesizabile. În orice caz, una din dimensiunile importante ale vieții estetice contemporane este asigurată — trebuie s-o recunoaștem — prin intermediul vestimentației.

XI

DESIGN-UL

1. Dificultăți de înțelegere

Pretutindeni, în secolul XX, apare evidentă preocuparea ca obiectul cu destinație practică, produs industrial, să rețină atenția și prin înfățișarea sa plăcută. Se distîng, obișnuit, două mari modalități de a concepe frumusețea formelor utilitare, obținute — cel mai adesea — în serie, prin procedee industriale.

Prima modalitate presupune folosirea efectelor de *ornament* și *decorațiune*. Odată executată la parametri funcționali acceptabili, pentru a deveni atrăgătoare, forma este supusă unor operațiuni suplimentare ce implică derivarea, imprimarea ori aplicarea de elemente noi, fără utilitate, considerate ca fiind capabile să-i asigure un plus de „interes“ estetic. Decorațiunile și ornamentele nu sînt niciodată impuse de necesități practice. În această privință, ele au oarecum caracter contingent; foarte greu se poate dovedi pentru ce „configurația“ lor se prezintă într-un fel, iar nu în altul. Totul ține de inventivitatea celui ce l-a creat. Nu rareori, ornamentele și decorațiunile ajung chiar să afecteze negativ funcționalitatea obiectului.

A doua modalitate presupune proiectarea și materializarea proiectului astfel încît produsul obținut să încînte privirea la nivelul inerentei

sale „compoziții vizuale“, excluzându-se adaosul de elemente „gratuite“, neimpuse de funcțiunile sau destinația acestuia. Într-un asemenea caz, modul cum se înfățișează obiectul apare strict determinat de solicitările pe care acesta urmează a le satisface, conform scopului ce-i legitimează existența, orice altă „înfațișare“ implicând limite de folosire diferite.

Între cele două mari modalități intervin și unele „poziții intermediare“. (Este, de pildă, cazul formelor care, deși nu comportă nici un fel de ornamente sau decorațiuni, sînt concepute, totuși, ca un fel de înveliș, autonom, al funcțiunilor).

Atunci cînd încercăm să înțelegem problematica estetică actuală a formelor utilitare, realizate industrial, va trebui să recunoaștem, mai întîi, adevărul că multe dintre acestea dispun de anumite ornamente și decorațiuni — reușite ori nereușite. Analizînd statutul modern al obiectului funcțional, într-un studiu celebru, intitulat *Il disegno industriale e la sua estetica* (Bologna, 1963), esteticianul italian Gillo Dorfles consideră că produsele a căror frumusețe e asigurată prin efectele de ornament sau decorațiune, chiar dacă sînt obținute industrial, ca viziune și concepție, ar trebui considerate ca stînd, totuși, sub semnul artizanatului.

Semnificativă pentru secolul XX se dovedește însă dezvoltarea producției industriale pe linia formelor funcționale și frumoase totodată, excluzînd ornamentele și decorațiunile. Autorii care au căutat să-i deslușească principalele sensuri și semnificații sînt unanim de părere că este vorba despre un fenomen de civilizație necunoscut altădată, cînd domina convingerea că frumusețea lucrului trebuit fabricat poate fi asigurată exclusiv prin decorațiuni și ornamente.

Unul dintre primele studii sistematice, clare și documentate, arătînd că ne aflăm în fața unui fenomen de civilizație inedit, a fost, de bună seamă, cel publicat în 1934 de către Herbert Read (1893—1968) — *Art and Industry* — deși esteticianul englez nu-și ascunde încrederea în viitorul

formelor vizuale ce recurg la efectele de ornament și decorațiune.

Se folosește acum — aproape peste tot — cuvîntul englezesc *design*, pentru a denumi realitatea obiectelor funcționale fabricate, capabile să încînte privirea, fără a recurge la efectele ornamentului și decorațiunii.

Totuși, dificultățile ce intervin în utilizarea lui sînt mult prea complexe pentru a putea fi ignorate. Pe de o parte, există o anumită ambiguitate a termenului, permanent generatoare de confuzie. Pe de altă parte, fenomenul însuși nu a ajuns încă să fie reținut, la nivelul reflecției comune, pe linia tuturor particularităților sale. Chiar opiniile specialiștilor privitoare la unele sau altele dintre caracteristicile design-ului nu coincid. Se impune, deci, să fim cît mai prudenți atunci cînd încercăm să reținem notele definitorii pentru domeniul general al design-ului.

Mai întîi, despre dificultățile terminologice.

La început, a existat în italiană cuvîntul *disegnare*, descinzînd din latinescul *designatio*. Însemna, deopotrivă, a trasa, a ordona, a indica. De la el a derivat *disegno*, care se traduce atît prin desen, cît și prin idee creatoare, proiect. E greu de spus cum s-a desfășurat exact procesul de contaminare, dar în franceză există *dessin*, însemnînd desen și *dessein*, însemnînd plan, scop. Se pare că, din franceza veche, descendenții lui *designatio* au pătruns în engleză, unde întîlnim, deja în secolul XV, cuvîntul *design*.

Termenul, ce urma să cunoască o carieră atît de strălucită, s-a impus, încă de la începuturile sale, cu numeroase accepțiuni, citeodată unele contrazicîndu-le pe celelalte. Dicționarele recunosc pentru *design* următoarele accepțiuni: „plan mental“, „schemă de abordare a unui lucru“, „crochiu“, „intenție“, „scop final avut în vedere atunci cînd se începe o anumită acțiune“, „folosirea de mijloace adecvate pentru atingerea unui scop“, „idee generală“, „construcție“, „compoziție“, „intrigă“, „inventie“, „proiectare“. Astfel, *design* rămîne un termen imprecis, anevoie utili-

zabil ca instrument de lucru pentru investigațiile teoretice.

Principala semnificație a cuvîntului rămîne aceea de „proiectare”. Deoarece în engleză cuvintele pot avea sensuri diferite, chiar cînd semnificațiile sînt aparent clare, lucrurile se dovedesc ceva mai complicate decît par la prima vedere. Ce fel de „proiectare” desemnează cuvîntul *design*? Uneori poate fi vorba despre „proiectare” așa cum o concep arhitecții, inginerii ori anumiți artiști care, înainte de a trece la realizarea unei forme, întocmesc detaliat un plan sau o schiță. Alteori, poate fi vorba însă despre „proiectare” nu în sensul trasării ca atare pe hîrtie a planului după care urmează a fi realizat un lucru, ci al intenției sau concepției existente.

Așa încît, *design* înseamnă și proiect pentru un obiect oarecare, dar și concepție despre o acțiune determinată sau încercare de a pune ordine în ceva, de a pune în valoare calitățile proprii materialului ce trebuie prelucrat. Mai ales engleza americană a consacrat cuvîntul *design* cu asemenea posibilități de interpretare.

Avatarurile termenului discutat nu se opresc, totuși, aici. Mai nou, el a ajuns să dispună și de o altă accepțiune. Aceasta privește realizarea obiectului, transpunerea în practică a „concepției”, „intenției” „proiectului”, presupuse de către orice lucru nou, de către orice modalitate nouă de abordare, dispunere ori folosire a vechilor forme. Să-l ascultăm pe Anthony Bertram, autorul unei cărți intitulată *Design*, apărută în 1938: „În jurul anului 1588, cuvîntul *design* avea înțelesul de țel, scop, intenție; către 1657 el mai are în plus și înțelesul de lucru reușit către care se tinde. În 1938 el ne apare consacrat cu înțelesul compozit de țel, plus lucru reușit spre care se tinde. Astfel, el desemnează de fapt un proces ce marchează parcurgerea drumului de la concepție, prin proiectare și producere, pînă la obiectul finit.

Prin *design*, în acest caz, nu vom mai înțelege un desen făcut în biroul său de către proiectant, ci mai curînd lucrul însuși, care odată realizat

presupune o anumită idee ce a stat la baza realizării respectivului lucru, ca și procesul obținerii lui ca obiect“.*

2. Domeniul design-ului

Statutul ambiguu al termenului de design, chiar în contextul limbii de origine, provoacă adesea serioase încurcături. J. Christopher Jones, într-o carte apărută în 1970, sub titlul *Design Methods***, caută să prezinte domeniul design-ului și sub alte aspecte decît cele privind intenția, concepția, proiectarea, iar apoi realizarea unui obiect funcțional concret, capabil să fie apreciat, acum, ca frumos.

După cel de-al doilea război mondial, cuvîntul „design” a pătruns în numeroase limbi, pentru a desemna procesul complex de concepere, proiectare și realizare cu mijloace industriale a formelor funcționale și frumoase totodată, potrivit exigențelor timpului „de față”. Chiar și de la o înțelegere atît de limpede trebuie admise însă, după cum vom vedea, unele excepții.

Cum termenul „design”, astfel utilizat, privește atît creația de unicat, cît și producția în serie, se întrebuițează expresia *industrial design* pentru formele funcționale și frumoase în același timp, ce pot fi obținute, existînd un prototip, la scara marilor serii industriale.

David Pye, el însuși „designer”, autor al unei foarte interesante lucrări — *The nature of Design* (London, 1964) —, e de părere că formele din sistemul design-ului se caracterizează prin respectarea anumitor condiții, la care nu trebuie să se supună cele din sistemul artei, ori din alte sisteme ale esteticului. Aceste condiții presupun, de la bun început, o anumită concepție în legătură cu

* Anthony Bertram, *Design*, London, Penguin Book Ltd., 1938, pag. 12.

** J. Christopher Jones, *Design. Metodă și aplicații*, București, Ed. Tehnică, 1975.

obiectul util ce urmează a fi realizat, o anumită proiectare și un mod de execuție, de obținere a produsului, bazat pe folosirea tehnologiilor înaintate și a utilajelor perfecționate. Astfel, construcția și logica formei trebuie să se justifice numai prin raportare la calitatea produsului de obiect avind o destinație precisă; componentele formei trebuie să se coreleze geometric, potrivit scopului pentru care obiectul urmează a fi fabricat; materialul ce va fi întrebuințat și structurile formei trebuie alese avind în vedere solicitările ce decurg din funcțiunile sau întrebuințările obiectului. E necesar, totodată, ca producerea și procurarea obiectului să nu implice eforturi economice prea mari. Obiectul de „tip design“ se cere, de asemenea, să fie cât mai ușor de folosit, manevrat, manipulat, să ofere maximum de confort sau randament posibil la momentul respectiv și să necesite minimum de cheltuieli pentru întreținere ori funcționare.

Satisfăcind toate aceste condiții, obiectul va trebui să aibă, totodată, o înfățișare cât mai plăcută, să fie cât mai frumos. E de la sine înțeles că respectarea fiecăreia dintre aceste condiții în parte și a tuturor împreună exclude ornamentele și decorațiunile gratuite. De aceea, pentru creația formelor de „tip design“ se dovedesc insuficiente talentul și pregătirea pe care o primește în școală artistul. E nevoie de un nou specialist: designer-ul.

Ideile lui David Pye se justifică însă numai din perspectiva înțelegerii curente a design-ului — totuși, mai restrinsă, dar singura ce poate fi argumentată mulțumitor — care vizează, îndeosebi, sfera economicului.

Există însă, și o înțelegere mai largă a design-ului, afirmată adesea zgomotos, după care acesta ar viza întregul proces de concepere și realizare manuală sau industrială, potrivit unei concepții moderne a formelor vizuale noi din orice domeniu, inclusiv cel al artei. Se pornește de la premisa că civilizația pe care o făurim astăzi, folosindu-ne de cele mai recente descoperiri ale științei și tehnicii, trebuie să aibă coerență. Produsele func-

ționale obținute cu mijloace industriale și la scară industrială, capabile să impresioneze vizual plăcut la nivelul inerentei lor geometrii, urmează a-și găsi corespondențe firești și pe planul creației artistice. Artă contemporană nu poate ignora tendința care se face simțită astăzi în general spre formele simple ce exclud elementele nedictate de logica propriei lor construcții sau compoziții. Atunci cînd se înscrie în această tendință generală, arta devine — și ea — design.

Dintr-o atare perspectivă, design-ul s-ar identifica — după cum remarcă René Huyghe și Jean Rudel în *L'art et le monde moderne* * — cu modul general de a organiza codul ambientului uman, în condițiile civilizației industriale dezvoltate. Experiența arată însă că un spațiu populat numai cu forme austere de „tip design“ devine obositor dacă nu este punctat cu cîte o prezență ce sfidează principiile eficienței și economicității, capabilă să exprime acel avînt al fanteziei libere, întotdeauna creatoare de neașteptat. Numai în relație cu obiectul original, cele standard alcătuiesc o compoziție inconfundabilă.

Pe de altă parte, nu o dată s-au făcut auzite voci exprimînd temerea că, obligînd arta contemporană să se afirme doar în consens cu „noul spirit“ al formelor, ce ar îndreptăți înțelegerea design-ului într-un sens foarte larg, se poate ajunge la negarea ei. Încă de prin anii '60 au putut fi semnalate intervenții acuzînd „demagogia design-ului“. A preconiza că formele realizate industrial, ori în spirit industrial, sînt singurele conforme „spiritului epocii“ constituie — se arăta atunci — o poziție exclusivistă, ce facilitează confuzia dintre diversele componente ale vieții estetice, iar pe alt plan confuzia dintre artă și non-artă.

Mai intervine și un alt aspect. Designer-ul nu poate face abstracție de faptul că forma pe

* René Huyghe, Jean Rudel, *L'art et le monde moderne* Paris, Larousse, 1970, t. II, pag. 400.

care o proiectează va trebui să se integreze într-un context uman unde arta este chemată să înfrunte timpul, să dăinuie peste veacuri. Problema care se pune, într-o asemenea situație, privește nu numai raporturile formelor „noi“, unele cu altele, — cum ar fi formele funcționale produse recent și cele artistice „moderne“ — ci și raporturile formelor „noi“ cu cele „vechi“. Spre deosebire de formele utilitare, de pildă, formele artistice nu necesită a fi înlocuite fiindcă s-au învechit, au ieșit din uz, nu mai corespund, ci, dimpotrivă, înfruntând timpul, ele își dezvoltă o valoare, „permanent actuală“. Ele pot căpăta însă o altă „strălucire“ în prezența a ceea ce se creează „acum“. A postula dezvoltarea artei după principiile progresului științific și tehnic înseamnă prin urmare, a-i ignora specificul.

De altminteri, realitatea vieții sociale contemporane infirmă, la tot pasul, pretenția identificării design-ului, fie cu arta, fie cu alte domenii estetice distincte. Din păcate, chiar unele studii scrise de esteticieni prestigioși au contribuit la întreținerea unor asemenea confuzii. E suficient să ne referim la lucrarea lui Thomas Munro — *The arts and their interrelations* (1949) — unde, pe de o parte, industrial design-ul este reținut ca artă, iar, pe de altă parte, sînt integrate în sfera acestuia îmbrăcămintea, stofele și imprimaturile, amenajatul interior etc. E adevărat că Munro, credincios metodei descriptive, nu face decît să consemneze cazuri de care a putut lua act, fără a subscrie, personal, la interpretarea design-ului astfel, dar și fără să arate că ea nu este corectă.

Considerînd drept inoperante atît înțelegerea design-ului ca o componentă a artei, cît și înțelegerea lui „lărgită“, în lumina căreia acesta aproape că devine sinonim cu esteticul, nu ne putem mulțumi nici cu modul cum îl tratează David Pye.

Factul că în creația formelor funcționale moderne se impune respectarea unor condiții pe care artistul le poate ignora nu explică design-ul

ca fenomen de civilizație. Apar, de aceea, cîteva întrebări, al căror răspuns nu poate fi evitat.

De ce doar în vremea noastră problema obiectului funcțional și frumos totodată, obținut pe cale industrială, a ajuns să prezinte o importanță socială atît de mare?

De ce tipul de obiect funcțional, produs industrial, comportînd eventuale decorațiuni sau ornamente, începe, la un moment dat, să fie înlocuit masiv prin altul, a cărui frumusețe se impune doar la nivelul inerentei sale geometrii?

Ce statut estetic posedă obiectele de tip design, atît prin comparație cu cele produse industrial, la scara marilor serii, care continuă să apeleze la efectele ornamentului sau decorațiunii, cît și prin comparație cu cele unicat, din sistemul artei?

Răspunsul la prima și a doua întrebare ne obligă mai întîi să insistăm asupra factorilor ce au determinat apariția design-ului, iar apoi să încercăm a desluși etapele care au fost parcurse pînă acum.

Răspunsul la a treia întrebare obligă la înțelegerea formelor actuale din sistemul design-ului prin comparație cu cele din sistemul artei, al artizanatului, al înlocuitorilor tehnici și industriali de artă, al amenajatului estetic, al vestimentației. Ea a fost însă avută în vedere și pînă acum, fiind implicată la nivelul a tot ce s-a spus despre domeniile estetice extra-artistice, abordate deja, ca și la nivelul considerațiilor noastre anterioare despre design. Nu va fi ignorată nici în continuare fără să i se consacre, totuși, un paragraf special. Ca fenomen specific civilizației moderne, design-ul își datorează apariția unui complex de cauze.

3. Cauzele care au condus la apariția design-ului ca fenomen specific civilizației moderne

A vorbi despre cauzele ce au condus la apariția design-ului, înseamnă a forța puțin lucrurile. Prin cauze se înțeleg, de obicei, elementele care deter-

mină în mod direct orice schimbare, mișcare sau acțiune. De data aceasta e vorba de anumite elemente ce nu se identifică întrutotul cauzelor astfel înțelese. Rolul lor în apariția design-ului, ca fenomen inedit de civilizație, fiind indirect, se impun unele măsuri de precauție. Cum un alt termen mai adecvat, nu avem la îndemână, vom folosi cuvântul „cauză“, cu toate rezervele cuvenite.

Pot fi recunoscute mai multe grupuri mari de cauze ce au condus la apariția și afirmarea design-ului, ca fenomen specific civilizației moderne:

a) Primul grup cuprinde *cauzele de ordin economic general*. Când producția industrială a ajuns în situația de a satisface, potențial, toate nevoile pentru un anumit tip de obiect funcțional, existente pe o arie socială determinată, au apărut unele probleme noi. Altădată, orice obiect funcțional putea fi obținut prin prelucrarea unui anumit material, fie chiar de către cel care urma să beneficieze de el, fie — atunci când erau necesare pricepere și îndeminare deosebite — de către unitatea productivă specializată în realizarea unui anumit tip de obiect, inițial manufacturieră, iar spre timpurile noastre industrială incipientă. Lucrul trebuitor, astfel obținut, prezenta, firește, o valoare ce uneori era foarte mare. Anumite materiale textile trebuiau aduse, de exemplu, din țări îndepărtate. „Drumul“ antic denumit „al mătăsiu“ se întindea pe mii de kilometri, mulți trebuind să fie parcurși prin deșert. „Drumul porțelanului“, de asemenea. Dar și materialele textile locale presupuneau un proces anevoios de producție.

Până astăzi s-a transmis, în cadrul multor nuclee de viață socială, tradiția păstrării cu mare grijă a obiectului funcțional. În evul mediu se transmiteau din generație în generație mobilierul, obiectele de uz casnic, chiar unele piese de îmbrăcăminte, fără a mai vorbi de utilajul metalic necesar practicării diverselor meserii. Toate uneltele trebuiau întrebuințate cu mare grijă, astfel

încît ele să rămînă folosibile vreme îndelungată, pentru că se obțineau foarte greu.

Nu trebuie uitat nici faptul că producția de obiecte utilitare era asigurată, în antichitate și în evul mediu, folosindu-se cu precădere forța omului sau a unor animale domestice. Când ajung să fie folosite și alte surse de energie (vîntul, apa etc.), asistăm la lărgirea și amplificarea locală a producției de asemenea bunuri. Totuși, dezvoltarea generală a producției industriale de obiecte cu valoare funcțională apare nemijlocit legată de folosirea sistematică a noilor surse sau forme de energie; aburii, electricitatea etc. Pe fondul celor mai de seamă descoperiri tehnice din epoca modernă, ea cunoaște un asemenea ritm, încît pe la mijlocul secolului trecut, se ajunge în situația de a putea fi satisfăcute, virtual, toate cerințele existente în legătură cu cele mai multe bunuri. În aceste condiții, statutul obiectului utilitar, produs industrial, se va schimba.

Pe piață, se pot găsi, bunăoară, în cantități cu mult peste cele strict necesare, diverse produse de același tip, destinate satisfacerii aceluiași trebuințe, livrate de către diferite întreprinderi industriale. Producătorii vor fi interesați, fiecare, în desfacerea lor. Cum poate fi oare determinată persoana care intră într-un magazin de profil să prefere produsele unei anumite întreprinderi? Singurul răspuns care s-a întrevăzut la această întrebare afecta sfera esteticului. Între un obiect funcțional și alt obiect funcțional, de același tip, cumpărătorul îl va prefera pe cel mai frumos. Astfel, începe să devină actuală preocuparea pentru aspectul „plăcut“ al produselor industriale cu destinație practică, în primul rînd.

b) Printre *cauzele* ce conduc la apariția și afirmarea design-ului, prezintă o deosebită importanță cele *de ordin tehnologic*. Civilizația modernă ar fi de neconceput în absența marilor descoperiri științifice și tehnice din ultimele secole. Pe planul producției de lucruri trebuitoare omului, acestea au impus o prezență nereprezentativă pentru civilizațiile antichității și evului mediu: *mașina*. Lewis

Mumford, în *Technics and Civilisation* (1934), a atras, pare-se pentru prima dată, atenția asupra importanței psihologice ce o prezintă apariția noilor mijloace de prelucrare a materialelor, din care urmează a fi obținute diferite lucruri trebuitoare. Astfel, apariția mașinii, ca mijloc de muncă, alături de unealtă, a constituit un fenomen cu profunde implicații pe planul comportamentului individual și colectiv al oamenilor.

Pentru a evita confuziile — posibile, cîteodată și fiindcă dicționarele ne oferă explicații echivoce — e necesar să procedăm la precizarea termenilor.

Unealta constituie un obiect artificial simplu, folosit de către om, în completarea sau prelungirea directă a mîinii, fie pentru prelucrat materialul din care trebuie obținut un anumit bun, fie pentru efectuat alte acțiuni conștiente necesare. Unealta se caracterizează întotdeauna prin simplitate și prin integrala subordonare față de cel care o folosește. Ea prezintă importanță ca atare și rămîne operativă doar atît timp cît o mînuiește cineva.

Între unealtă și mașină intervin o seamă de „prezențe intermediare“, ca „instrument“, „aparat“, „agregat“ etc. pe care nu le vom prezenta, însă, aici.

Ce reprezintă *mașina*, prin comparație cu *unealta*? Potrivit dicționarelor, cuvîntul *mașină* ar desemna obiectul fabricat compus din mai multe elemente complexe, capabile ca, împreună, primind o cantitate de energie determinată, să o transforme, fie pentru a o restitui în această calitate, fie pentru a produce un anumit efect. Unelele, instrumentele, aparatele presupun doar folosirea unui tip sau altul de energie, nu și transformarea acesteia. Ne interesează, totuși, aici, nu atît o definiție riguroasă a mașinii, care, de altminteri, nu poate fi întîlnită în lucrările de specialitate, cît înțelegerea ei ca prezență specifică lumii oamenilor. Din acest punct de vedere, va trebui să recunoaștem că ceea ce deosebește mașina de unealtă este relativa sa autonomie. Mașina „merge“, „funcționează“, pe cînd *unealta* trebuie

întotdeauna minuită, supunîndu-se complet celui ce-o folosește. În conformitate cu modul de funcționare ce i-a fost fixat, mașina, odată „pornită“, devine capabilă să execute operațiunile care-i justifică existența „pe cont propriu“, potrivit „comenzilor“ permise.

Așa se explică faptul că, încă de la începuturile sale, mașina a apărut pentru cei din jur drept prezență stranie, oarecum nefirească, plină de mister. Tot Lewis Mumford, într-o altă carte, intitulată *The Myth of Machine* (New York, 1966), analizează ca semnificative reacțiile oamenilor la primele contacte cu mecanismele complicate, adică obiectele al căror mod de „funcționare“ seamănă cu cel al mașinilor. Cînd a apărut întîiul orologiu, de exemplu, lumea îl privea ca pe o creație dispunînd de puteri supranaturale. De prin secolul XVI — perioada cînd unele mecanisme încep să devină prezențe frecvent întîlnite — datează, pare-se, o foarte frumoasă legendă. Ea relatează despre un înțelept rabin din Praga care inventase o „mașină“ semănînd cu omul, capabilă să execute numeroase acțiuni de o anvergură extraordinară. Această mașinărie monstruoasă, derumită Golem, cînd funcționa nimicea tot ce se afla în calea ei. La un moment dat, însăși existența inventatorului a fost amenințată. Atunci Golem a trebuit distrus.

Desigur, e un drum lung de la mecanismul orologiului medieval pînă la mașina acționată prin forța aburului, iar de la aceasta pînă la motoarele cu ardere internă și mai departe... Perfecționările tehnice intervenite de-a lungul anilor aduc în discuție noi și noi tipuri de mașini. De aceea, dezvoltarea producției industriale moderne de bunuri diverse cunoaște mai multe faze.

La început, „idealul tehnologic“ spre care se tindea era *mecanizarea*, adică acel nivel de dotare tehnică a întreprinderii în condițiile căruia mașina să poată înlocui omul, cel puțin pentru operațiunile necesitînd mari eforturi, cu perspectiva obținerii unui randament sporit. Mașina era concepută adeseori, atunci, ca „purător de unelte“ pe care le acționa cu o forță mai mare decît cea a omului

sau a animalului. Primele mașini cu abur sînt folosite, printre altele, pentru a pune în acțiune ciocanele uriașe de prelucrat metalele, războaiele de țesut, ș.a.m.d. Omul împărțea cu mașina operațiunile necesare producerii bunului respectiv; operațiunile complicate, presupunînd finețe în execuție și adaptare la particularitățile formei ultime a obiectului, continuă să fie efectuate de muncitor. De asemenea, în această perioadă nu numai supravegherea mașinii, dar și dirijarea ei, îndeaproape, erau efectuate de către om.

Faza următoare, cea a *automatizării simple*, se caracterizează prin dotarea întreprinderilor cu tipul de mașină capabil să execute singură și operațiuni mai complicate, fiind doar supravegheată de către om — un fel de „individ tehnic” ce funcționează rudimentar pe „cont propriu”.

Secolul nostru tinde, mai întîi, spre *automatizarea complexă*. Aceasta presupune, la nivelul întreprinderii, ampla intercondiționare a mașinilor folosite în producerea aceluiași produs sau piesă, ori a anumitor tipuri, înrudite, de piese sau chiar obiecte. Apar ansamblurile de mașini capabile să se autocontroleze parțial sau chiar să-și corijeze eventualele erori.

Mai aproape de timpurile pe care le trăim, intervine un nou „ideal tehnologic”, cel al *cibernetizării* producției industriale (terminologia nu e încă stabilită). Se pune, de astă dată, problema roboților și a ansamblurilor „autonome” de mașini, capabile, ca, după ce li s-a fixat programul de funcționare, odată pornite, să se autosupravegheze și autocontroleze complet, în raport cu scopul ce urmează a fi atins, cit mai economic și eficient posibil.

Comportînd întotdeauna acea libertate de acțiune care le deosebește fundamental de unelte, mașinile s-au integrat de obicei mai greu în intimitatea oamenilor. Pe planul comportamentului individual, aceasta s-a tradus printr-un important coeficient de teamă, pe care mașina l-a inspirat celor care trebuiau s-o manevreze, mai ales la început, cînd lumea nu era încă obișnuită cu ele.

Intervenea, prin urmare, atunci, necesitatea reducerii „prăpastiei psihologice” care separa omul de mașină, a integrării mașinii printre prezențele intim umane. Singura posibilitate care s-a întrevăzut, în acest sens, viza sferele esteticului. Cînd „obiectul tehnic”, avînd statut de mașină ori produs al mașinii, ajunge să înceteze privirea, putem spune că el figurează printre prezențele intim umane. Mai întîi s-a recurs la „soluția” artei aplicate. Primele mașini cu abur, de exemplu, aveau pilonii de susținere în chip de coloane ionice, dorice ori corintice; alte piese metalice prezentau, la nivelul părților vizibile, anumite compoziții, obținute prin turnare ori ștanțare, cu tot felul de „motive” decorative fitomorfe, zoomorfe sau antropomorfe.

Nu numai mașina, dar orice lucru produs cu ajutorul mașinii a fost, dintru începuturi, apreciat ca lipsit de căldură, de intimitate, în condițiile în care el nu se prezenta și plăcut sub aspect vizual.

Astfel, apare necesitatea asigurării obiectului realizat industrial și cu o a doua dimensiune, pe lîngă cea funcțională, inerentă: dimensiunea estetică.

c) Următorul grup de cauze, conducînd la apariția și afirmarea design-ului ca fenomen specific civilizației moderne, e ceva mai greu de prezentat. Este vorba despre *cauzele de ordin economic restrîns, specifice producției industriale* din Europa și America de Nord, după 1850.

Se pune, în primul rînd, problema combustibililor superiori — derivați ai petrolului — și a energiei electrice. Prin utilizarea acestora devin posibile noile tipuri de mașini, avînd la bază motoarele cu ardere internă, motoarele electrice etc. Astfel, la începutul secolului nostru, noile achiziții tehnice ajung, deja, să afecteze, în țările avansate economic, nu numai industria, agricultura sau transporturile — tramvaiul, automobilul, metro-ul, ulterior avionul, devenind prezente familiare —, ci aproape toate sectoarele vieții publice și private. Instalațiile frigorifice pentru con-

servat alimentele, instalațiile pentru aerisit încăperile, iluminatul electric, „mașinile de uz gospodăresc“, care își fac apariția peste tot, pot fi reținute drept exemple.

Se pune, în al doilea rând, problema aprovizionării întreprinderii cu materii prime. Prin perfecționarea tehnologiilor de extracție, prin descoperirea noilor zăcămintele de minereu, prin extinderea și modernizarea transporturilor — feroviare, maritime, fluviale — acestea pot fi procurate acum din abundență, la prețuri relativ ieftine.

Se pune, în al treilea rând, problema apariției și folosirii, în producția industrială de obiecte utilitare, a unor noi materiale. În 1850 este descoperit aluminiul. Datează din 1886 procedeul obținerii aluminiului prin electroliză, permițând producerea acestuia la scară industrială. Anul 1870 marchează prima descoperire în domeniul materialelor plastice: celuloidul. În 1909 se descoperă bachelita; în 1883 mătasea artificială. În 1916 se obține oțelul inoxidabil. Lista poate fi mult continuată, iar descoperirile recente nu mai trebuie amintite.

Intervine, în al patrulea rând, și problema anumitor invenții și inovații tehnice, ca și a unor măsuri de raționalizare a proceselor de producție ce își găsesc imediată aplicabilitate. Adeseori, limitele de întrebuintare ale vechilor produse nu mai mulțumesc. Atunci se caută soluții pentru un alt produs, de același tip, capabil de rezultate superioare și realizabil, pe cât posibil, industrial. Noile calități practice ale obiectului determină un aspect vizual corespunzător. În 1895, King Campe Gillette — în timp ce se rădea — într-o dimineață, și-a crestat ușor fața cu briciul. Uitându-se în oglindă și privind-și tăietura, a avut o intuiție: cea a unui obiect cu lama protejată astfel încât să nu mai permită, la o mișcare stângace, asemenea neplăceri. După repetate încercări, el impune, în 1902, primul tip de „mașină de ras nepericuloasă“. Invenția lui Gillette a comportat, mai târziu, atâtea îmbunătățiri încât între primul apa-

rat de ras imaginat de către el și cel de astăzi aproape că nu mai poate fi găsit nici un element comun. A supraviețuit însă „principiul“ unui asemenea obiect. În 1908, Henry Ford lansează producția în serie a automobilului. Până atunci, producția de automobile nu fusese concepută standardizată. Se ajunge, în felul acesta, la o reducere substanțială a cheluielilor de producție. Pe parcursul a numai șase ani, prețul unui automobil scade de la 820 dolari la 440. Parametrii funcționali superiori ai fiecărui tip de automobil realizat în serie de atunci încolo au impus, bineînțeles, forme estetice noi. Pentru sporirea vitezei, bunăoară, a fost nevoie să se țină seama de rezistența pe care aerul o opune obiectelor în deplasare. Așa se explică de ce, după primul război mondial, se recurge, tot mai mult, atât pentru automobile, cât și pentru alte mijloace de transport, la formele aerodinamice.

Trebuie remarcată, în al cincilea rând, problema unor importante mutații, înregistrate la scara întregului habitat, prin triumful orientărilor arhitecturale funcționaliste — care preconizează folosirea betonului armat ca principal material de construcție —, prin extinderea rețelei de energie electrică, apă curentă, canalizare, prin introducerea „încălzirii centrale“ a imobilelor ș.a.m.d. În condițiile la care ne referim, obiectul tehnic începe să fie considerat ca indispensabil element de confort, fascinand populația de cele mai diverse categorii. Pe măsura posibilităților sale materiale fiecare tinde să-și procure produsele ce-i pot asigura plusul de confort la care se crede îndreptățit. Producția de asemenea bunuri e nevoită, astfel, să se orienteze, atât după volumul, cât și după diversitatea cererilor pieții.

d) Trebuie recunoscute, fără îndoială, și unele cauze de ordin științific, care au condus la apariția și dezvoltarea design-ului ca fenomen specific civilizației moderne.

Este vorba despre scrierile care legitimează frumusețea obiectului funcțional produs cu mijloace industriale. Ele trezesc și întrețin un anumit

interes teoretic pentru obiectul de „tip design“, interes cu ecouri pozitive pe plan economic mai apropiat sau mai îndepărtat. Numeroși psihologi, esteticieni și artiști întreprind și publică, începînd din a doua jumătate a secolului al XIX-lea, importante studii în acest sens. Anul 1876 este marcat de apariția lucrării lui Theodor G. Fechner: *Vorschule der Ästhetik* (titlul tradus în limba română de către Tudor Vianu prin formula *Propedeutica esteticii*). Volumul inaugurează lunga serie de lucrări în domeniul esteticii experimentale, cărora le-au consacrat activitatea, pînă de curînd, mulți autori prestigioși. Fechner își propunea, pentru prima dată, un răspuns sistematic la întrebarea: ce „caracterizează“ formele despre care spunem, într-o împrejurare sau alta, că sînt frumoase. El reducea cu acest prilej în discuție problema veche a geometriei secrete care stă la baza formelor estetice. Formele ce se pretează aprecierii noastre de frumos pot fi reduse, în cele din urmă, la un imprecizabil număr de figuri și corpuri geometrice care se corelează ideal. De aici observația lui Fechner: dacă figurile și corpurile geometrice în sine sînt nici frumoase, nici urite, înscrise individual ori grupate într-un spațiu delimitat, în funcție de relațiile ce se stabilesc între ele și respectivul spațiu, ca și în funcție de relațiile lor reciproce, cînd e cazul, pot compune însă o formă complexă, care va crea senzația de ceva „plăcut“. Se atrage astfel atenția asupra posibilităților de convertire, prin intervenții minime, a corpurilor și figurilor geometrice în prezențe vizuale plăcute. Pe linia a ceea ce Fechner doar inițiasse, mai târziu, Wolfgang Köhler (1887—1967), Rudolf Arnheim și numeroși alți autori, folosind modalități de cercetare noi, au stăruit asupra procesului de percepere a culorilor, liniilor, suprafețelor, volumelor, în diferite condiții de lumină, distanță și perspectivă. Evident, de concluziile unor asemenea studii s-a ținut seama și în proiectarea formelor funcționale produse la scară industrială.

Nu pot fi ignorate nici experiențele întreprinse, cam în aceeași vreme, de către unii artiști plastici și arhitecți, în domeniul comunicațiilor vizuale. Tendința ce se manifestă în arhitectură, creația de mobilier, creația de forme decorative din ceramică, sticlă, metal, cunoscută sub denumirile de *Art nouveau* în franceză, *Jugendstil* în germană, *Modern Style* în engleză, marchează — printre altele — renunțarea, pretutindeni, la ornamentul tradițional greci. Se exploatează mai mult efectele formei artistice în sine, avîndu-se în vedere spațiul posibil de amplasare a acesteia*. Desigur, în producția industrială de forme funcționale predomină încă preferința pentru decorațiunile abundente. Se fac însă simțite și ecourile noilor orientări artistice. Un caz adeseori evocat, în această privință, este cel al unui serviciu de ceai, realizat de către Henry van de Velde, spre 1905. Ceainicul, zaharnița și ceștile sînt de argint, dar au minerele din abanos. Tava, ușor alungită, nu comportă alte decorațiuni decît adîncitura necesară pentru a marca suprafața folosibilă și două goluri la capete, concepute astfel încît să permită prinderea și transportarea acesteia. Ceștile, ca și celelalte piese ale serviciului, nu comportă nici ele decorațiuni sau ornamente. Efectul estetic plăcut este obținut prin simpla corelare geometrică a elementelor ce compun forma și prin jocul raporturilor dintre metal și lemn, impus de considerente funcționale.

După primul război mondial, cercetările — termenul, poate, nu e cel mai fericit — de comunicație estetică vizuală, întreprinse de către diverși artiști și arhitecți, iau o deosebită amploare. Cele

* Observații judicioase cu privire la influența mișcărilor artistice din jurul anului 1900 asupra producției industriale de obiecte funcționale întîlnim la Paul Constantin: *Industrial design*, București, Ed. Meridiane, 1973, și *Mică enciclopedie de arhitectură, arte decorative și arte aplicate*, București, Ed. Științifică și Enciclopedică, 1977.

mai cunoscute sînt cercetările care s-au întreprins la „Bauhaus“ (1919—1933). Instituție de învățămînt artistic superior, urmărind pregătirea viitorilor arhitecți, artiști plastici și artiști decoratori, „Bauhaus“ și-a început activitatea la Weimar. Ulterior (1925), a trebuit să se transfere la Dessau. După numai trei ani, însă, e nevoită să se mute și de aici, la Berlin, unde funcționează pînă în 1933, cînd se instaurează dictatura nazistă. Mai ales în primii săi ani de activitate, cînd a fost condusă direct de către arhitectul Walter Gropius (1883—1969), cel care-i pune practic bazele, „Bauhaus“ a constituit un adevărat laborator pentru studiul formelor estetice vizuale moderne. Experiențele efectuate s-au orientat în două mari direcții. Una urmărea înțelegerea artelor vizuale — arhitectura, sculptura, pictura, grafica, formele decorative din ceramică, sticlă, metal, mobilierul, textilele — în condițiile noilor realități industriale. Sînt studiate posibilitățile de expresie estetică ce pot fi obținute folosind aluminiul, unele aliaje pe bază de nichel și crom, diverse emailuri și glazuri ce nu figurau în vechile rețetare. Sînt studiate atent efectele de textură, structură și modül, în condițiile edificiilor realizate din beton armat. E studiată posibilitatea scurtării procesului de transpunere în material a intenției și concepției artistului despre forma ce urmează a fi „instaurată“ prin folosirea utilajelor perfecționate. Cealaltă direcție, în sensul căreia s-au orientat experiențele de la „Bauhaus“, urmărea promovarea acelor componente ale esteticului, înconfundabile cu arta, pe care epocile anterioare ori nu le cunoscuseră deloc, ori le cunoscuseră doar sub unele aspecte, diferite de cele prezente: arhitectura, a cărei frumusețe se justifică în lumina raporturilor ferice dintre formă și funcțiune, refuzînd orice „adaos“ inutil; obiectele de uz cotidian capabile să încînte privirea fără a recurge la decorațiuni și ornamente; modalitățile, care nu necesită cheltuieli prea mari, de amenajare cu gust a locuințelor, birourilor, hălelor de lucru; vestimentația; mobilierul cu valoare preponderent funcțională.

După modelul „Bauhaus“-ului — care-și încetează activitatea în 1933, prin emigrarea celor mai de seamă profesori, colaboratori și studenți — investigațiile în domeniul comunicațiilor vizuale sînt continuate în Germania aproape tot atît de spectaculos de către alte unități de învățămînt și cercetare cu profil asemănător, cum a fost „Hochschule für Gestaltung“, aflată o vreme sub conducerea sculptorului Max Bill (n. 1918), din Ulm.

Ceea ce a caracterizat experiențele realizate în domeniul comunicațiilor vizuale, la „Bauhaus“, a fost faptul că ele se legitimau practic prin intermediul formelor funcționale unicat sau de serie mică. Nu se poate vorbi, astfel, despre accesibilitatea lor sub aspect material, prețurile rămînd relativ ridicate.

Căutările în domeniul comunicațiilor vizuale, ca și realizările practice de la „Bauhaus“ au constituit un important imbold, atît pentru numeroși artiști plastici și arhitecți din alte țări, preocupați cu titlu personal de noua condiție a formelor funcționale realizate industrial, cît și pentru întreprinderile producătoare, interesate să influențeze favorabil, prin intermediul calităților estetice ale obiectului, opțiunile cumpărătorilor.

Și unele studii de factură speculativă, pe linia vechilor tradiții ale esteticii, au impulsionat dezvoltarea design-ului. Deja spre sfîrșitul secolului XIX întîlnim la esteticienii francezi — de orientare eclectică, e adevărat — diverse tentative de legitimare teoretică a frumuseții formelor utilitare produse industrial. Ei pun la îndoială valabilitatea cunoscutei interpretări kantiene: frumusețea, prin însăși natura ei, exclude orice finalitate, deci nu poate fi abordată din perspectiva utilității lucrurilor. În 1904 apare cartea lui Paul Souriau (1852—1925) *La beauté rationnelle*. Autorul exprimă opinia că nu există, de fapt, nici o incompatibilitate între util, sinonim cu funcțional și frumos. Kant, care considera că frumusețea nu-și găsește justificare decît în sine însăși trebuie, deci, înțeles într-un sens mult mai

subtil. Paul Souriau ajunge la concluzia că, de fapt, orice lucru este frumos atunci când forma corespunde, fără posibilitate de reproș, propriei sale idei, propriei sale funcțiuni, deci. Or, tocmai în cazul producției industriale, al mașinilor, al mobilierului, al uneltelor — arată autorul francez — se pot întâlni cel mai frecvent exemple de perfectă și strictă adaptare a obiectului la funcțiile ce urmează să le îndeplinească. Prin urmare, a crea un obiect care să corespundă optim propriei sale funcțiuni înseamnă a crea un obiect frumos. Etienne Souriau (1891—1978) reia și dezvoltă pozițiile teoretice ale tatălui său, într-o carte ce a cunoscut, cîndva, un remarcabil succes: *L'avenir de l'esthétique* (Paris, 1929). El crede că la oameni se poate vorbi despre un tip de nevoie cu totul aparte — nevoia de a recunoaște și crea totodată forme noi care să corespundă propriilor lor idei. Acest tip de nevoie se manifestă nu numai la nivelul artei, ci și la nivelul producției, unde formele se schimbă, se succed și se „instaurează” într-un ritm tot mai accelerat, la proporții impresionante. E necesar ca estetica să țină seama de un atare adevăr. Mai tîrziu, după ultimul război mondial, Jacques Viénot s-a străduit să pună bazele unei noi discipline — teoretică și practică totodată — *estetica industrială*. Conținutul termenului de estetică industrială se suprapune însă numai parțial celui de design — considerat mai mult ca activitate practică. Estetica industrială, așa cum a fost concepută de Jacques Viénot, iar după el de majoritatea autorilor francezi, pînă spre sfîrșitul deceniului șapte al secolului nostru, se vroia un fel de „știință sintetică”, ce studiază totalitatea manifestărilor estetice care au legătură cu industria. Cunoscuta definiție pe care Viénot o dă, în 1935, esteticii industriale este concludentă în această privință: „Estetica industrială este știința frumosului în domeniul producției industriale. Domeniul său este cel al locului și ambianței muncii, al mijloacelor de producție și al produselor”. Ea poate înșela pe cine nu este atent, părînd acceptabilă.

În realitate — observa, pe bună dreptate, Ionel Achim* — ideea, deși generoasă, are neajunsul de a șterge delimitările dintre artă ca produs specific spiritual și universul de obiecte funcționale fabricate, în contextul cărora omul zilelor noastre își desfășoară activitatea. Automobilul sau aspiratorul, cu aspect estetic plăcut, ar aduce în discuție, după opinia lui Etienne Souriau**, nu arta, „aplicată” obiectului util, ci „implicată” la nivelul acestuia. Se extinde astfel sfera conceptului de artă pînă la a-l face inoperant. Din nefericire, caracterul contradictoriu al esteticii industriale nu se rezumă numai la atît. Să ne referim, de exemplu, la ceea ce Viénot numește „locul și ambianța estetică a muncii”. Acestea pot fi asigurate, cum s-a încercat la un moment dat de către Fernand Léger și alți artiști, cu lucrări de pictură sau artă decorativă. Un asemenea aspect ridică, bineînțeles, cu totul alte probleme decît cele privind obținerea obiectului funcțional de serie, capabil să încinte privirea, fără a recurge la decorațiuni sau ornamente inutile. Pe de altă parte, estetica industrială înțeală astfel „topește” în același recipient manifestările de „artă industrială” cu cele de design propriu-zis, deși ele formează, totuși, două domenii distincte. Cel puțin ca instrument de lucru folosit pe planul teoriei, termenul de estetică industrială se dovedește, așadar, arbitrar. Pînă la urmă, chiar francezii au fost nevoiți să renunțe la folosirea lui fără anumite măsuri de precauție, iar revista de specialitate — de relativă tradiție — „Esthétique industrielle” a trebuit să-și schimbe titlul, începînd din 1967, în „Design-industrie”. Astfel, a fost acceptat și de către francezi termenul de design,

* Ionel Achim, *Introducere în estetica industrială* București, Ed. Științifică, 1968.

** Etienne Souriau, *Passé, présent et l'avenir du problème de l'esthétique industrielle*, în „Revue d'Esthétique”, juillet — décembre, 1951

oricum mai puțin generator de confuzie — cu toate ambiguitățile lui — decît estetică industrială.* Nici alți termeni, utilizați ca echivalente pentru „esthétique industrielle“, în diverse limbi europene, cum ar fi „tehnikeskaia estetika“, preferat o vreme de către autorii sovietici, nu au avut un destin mai glorios, datorită impreciziei lor. Trep-tat, ei au fost înlocuiți de către „design“. Termenul de „estetică industrială“ a rămas totuși în vocabularul estetic contemporan, dar cu o altă accepțiune.

La ora actuală, prin „estetica industrială“ se înțelege acea parte a esteticii generale care studiază — în calitate de teorie — problematica specifică formelor funcționale ce comportă diverse ornamente sau decorațiuni, realizate în serie, cu mijloace tehnice perfecționate, problematica specifică amenajării cu gust a locului de muncă și problematica specifică produselor de „tip design“, prin comparație cu problematica diferitelor arte**.

Bucurîndu-se de interesul unor filosofi și teoreticieni ai artei de mare prestigiu, dezbaterile, privind la început statutul estetic al obiectului produs pe cale industrială, al obiectului tehnic — după cum se exprima un cunoscut autor francez, cu treizeci de ani în urmă*** —, iar apoi statutul esteticii industriale, cu tot eclectismul pozițiilor exprimate, mai ales în prima jumătate a secolului XX, au impulsionat, fără îndoială, înțelegerea și afirmarea design-ului ca fenomen cu vaste implicații în viața lumii contemporane.

* O prezentare a stărilor de lucruri mai noi din Franța, privind terminologia utilizată, nucleele de proiectare constituite și principalele nume de creatori în materie de design, a publicat Jocelyn de Noblet, intitulată *Design* (Paris, 1975).

** A se vedea, în acest sens, articolul lui Miroslav Klivir: *L'oggetto dell'estetica industriale*, apărut în „Rivista di estetica“ settembre-dicembre 1970.

*** Gilbert Simondon, *Du mode d'existence des objets techniques* (Paris, 1958).

e) Alte cauze importante care au determinat apariția și afirmarea design-ului, în calitate de fenomen specific civilizației contemporane, sînt cele de ordin cultural. Gîndirea filosofică europeană din secolele de după Renaștere a insistat, printre altele — mai mult decît se insistase în trecut — asupra ideii că arta constituie un element formativ sau educațional, cum vrem să-i spunem, de neînlocuit. Prin intermediul artei, pot fi cel mai bine cultivate, în conformitate cu sensurile devenirii istorice și a ceea ce se dovedește specific esenței umane, aspirațiile, năzuințele și idealurile fiecărui ins. Strîns legată de această idee, s-a impus mai tîrziu cea privind dreptul tuturor oamenilor de acces la creațiile artei — dreptul la artă, deci. Totuși, puțină lume a continuat să se bucure cu adevărat de artă, îndeosebi de „marea artă“. Muzeele, teatrele, sălile de concerte nu au fost niciodată întru totul accesibile publicului de rînd, cel puțin sub aspect material. În aceste condiții, dreptul la artă e reclamat, cu tot mai multă insistență, ca drept inalienabil al ființei umane. Chiar dacă ținem seama de încercările făcute pe linia promovării diferiților înlocuitori specifici, problema accesului pe care omenirea îl are, în fiecare moment al istoriei sale, la artă, nu a încetat să fie actuală. Considerăm cu toți astăzi că avem dreptul la acele bucurii care numai prin intermediul operei de artă pot fi încercate.

Faptul că unele obiecte utilitare, care se procurau dificil altădată, au ajuns să fie produse în cantități îndestulătoare, grație apariției și dezvoltării producției industriale, a sugerat întrebarea dacă nu cumva s-ar putea realiza și arta pe aceeași cale și cu aceleași rezultate. Etapa denumită „aplicativistă“, din istoria designului, aducînd în discuție tipul de obiect util care prezintă, aplicate pe părțile sale vizibile, diferite motive sau compoziții decorative complexe, considerate a fi capabile să stimuleze interesul cumpărătorului, se legitimează, așadar, și dintr-o altă

perspectivă decît cea prezentată anterior. Obiectul utilitar, reușind să încînte privirea prin decorațiunile și ornamentele ce i-au fost aplicate, poate „răspîndi“, deci, arta (aceasta-i o convingere destul de răspîndită în a doua jumătate a secolului XIX), care devine astfel „democratică“.

Și atunci cînd se renunță la decorațiunile aplicate ori executate industrial pe obiectul utilitar, apelîndu-se la compoziția vizuală bazată pe simpla geometrie a formei acestuia, convingerea la care ne referim continuă să se facă simțită. Așa, de pildă, Reyner Banham, cunoscut critic și istoric de artă englez, într-un articol intitulat *Industrial-design e arte popolare*, publicat în revista italiană „Civiltà delle machine“ (nr. 6 din 1955), este de părere că design-ul constituie o nouă ipostază, cea contemporană, a artei populare. Ceea ce trebuie reținut, totuși, este convingerea — care s-a impus încă din secolul XIX — că prin intermediul obiectului utilitar și frumos totodată se poate acționa pentru un plus de confort și bucurie în viața oamenilor. De aici, interesul atîtor arhitecți, artiști plastici sau decoratori, ca și interesul filozofilor pentru problemele design-ului. Fără acest interes, ar fi fost imposibilă înțelegerea complexă a importanței obiectului funcțional posedînd și o dimensiune estetică, în contextul societății moderne, astfel încît producția industrială să nu se orienteze numai după criteriile mercantile.

De bună seamă, mai pot fi identificate și alte grupuri de cauze ce au condus la apariția și afirmarea design-ului. Noi am stăruit doar asupra celor pe care experiența istorică pare a le fi impus cu prioritate. Trebuie înțeles totodată că, deși grupîndu-se pe linia ideilor expuse mai sus, cauzele ce au condus la apariția și afirmarea design-ului se completează unele pe altele, astfel încît devine greu de spus care este, la un moment dat, ponderea reală a unora sau altora dintre ele.

Multă vreme, preocuparea ca produsul utilitar să aibă un aspect cît mai plăcut și interesant, pentru a deveni ușor vandabil, indiferent de parametrii funcționali la care se prezenta, a tiranizat

producția industrială. Sînt celebre sloganele de tipul celui lansat de către stilistul francez, naturalizat american, Raymond Loewy (n. 1893), devenit și titlu pentru o carte *best-seller*: *La laideur se vend mal* (Paris, 1953), sau sloganul *Good design, good business*. Din preocupare cu sensuri eminamente pozitive, design-ul a fost astfel convertit uneori în încercare de mistificare a produsului, pentru care frumusețea era chemată să ascundă grave carențe funcționale. Acest lucru apare mai clar atunci cînd încercăm să distingem și să înțelegem diversele etape ce marchează istoria design-ului.

4. Principalele etape ale dezvoltării design-ului

Ar putea fi reținute următoarele etape din istoria design-ului, cu precădere a design-ului de obiecte: „aplicativistă“, „modernistă“, „stilistă“, „consumistă“, celei actuale urmînd să i se găsească un nume. Temeiurile reținerii lor astfel vor fi arătate pe parcurs.*

a) *Sub semnul „aplicativismului“*. La început, se considera că obiectul funcțional produs industrial se poate impune atenției cumpărătorului dacă anumite accesorii ale sale, sau chiar el în întregime, posedă diverse motive ori compoziții decorative mai complexe, aplicate masiv pe părțile vizibile. Continuă, pînă tîrziu în secolul nostru, producția unor asemenea forme înzorzonate cu

* Majoritatea lucrărilor de istorie a design-ului evită însă periodizările, dată fiind complexitatea fenomenului, cu antecedente îndepărtate și prelungiri pînă în zilele noastre, pentru formele ce ar putea să pară caracteristice unui anumit „moment“, unei anumite etape sau perioade parcurse. A se vedea: Edward Lucie-Smith — *A History of industrial design* (Oxford, 1983); Gert Selle — *Die Geschichte des Design* (Köln, 1983); Adrian Forty — *Objects of desire. Design and Society 1750—1980* (London, 1986); *Twentieth-Century American Design* (lucrare colectivă, scoasă de „Whitney Museum of American Art“), New York, 1985.

tot felul de motive presupus artistice, din convingerea că astfel devin plăcute și interesante. Apicele, minerele de uși, încuietorile, carcasele pentru mecanisme de ceasornic sînt decorate, pretutindeni, cu amorași, zeițe, păstori cîntînd din fluier, victorii conferind lauri în mod patetic; tăvile și vasele de metal emailat sînt decorate naturalist cu elemente florale în culori vii. E interesantă interpretarea pe care Michel Ragon (n. 1924) o dă acestei tentații — aparent de factură romantică — pentru decorațiunile masive și abundente. El pornește de la observația că la început produsele industriale — mult mai grosiere, prin comparație cu cele artizanale — aveau nevoie realmente să fie înfrumusețate cu ceva, întrucît producătorii lor, oameni simpli, de la țară, deveniți peste noapte muncitori, nu erau oameni de gust, iar pe de altă parte nici condițiile tehnologice existente nu permiteau decît producerea unor forme simple, cîteodată chiar rudimentare.

„Dacă produsele industriei au fost mai întîi urîte, este poate urmarea unei anumite morale. Muncitorii, condamnați să trăiască în urîtenie, nu puteau să creeze decît urîtenie. Mumford este, cred, acela care vine cu această teză a burgheziei, pedepsită pentru incultura ei și pentru dezinteresarea ei în legătură cu condițiile de viață ale proletariatului, astfel încît este obligată să consume obiectele urîte care sînt fabricate. Va veni un timp cînd, nemulțumită de ceea ce o înconjoară, va descoperi virtuțile « decorative » ale artei și va acapara, în beneficiul ei, operele artiștilor.

Începînd din acel moment, atitudinea avangardei artistice se va modifica. Lumea culturii va înțelege pericolul unei monopolizări a artei numai de clasa burgheză. Anatema va fi aruncată atunci asupra picturii « egoiste » și, de la Proudhon la „Bauhaus“, trecînd prin William Morris și Souriau, se va face mare caz de « arta utilă ». Pictori, ca Van der Velde și Behrens, vor părăsi tabloul de șevalet pentru a se reconverti la estetica industrială. Întreaga sarcină teoretică a inovatorilor în arhitectură și în *design*, din secolul

XIX, va fi atunci aceea de a încerca să asocieze frumusețea cu utilul, forma cu funcția“*.

Supportînd aplicarea masivă de ornamente și decorațiuni, obiectul funcțional produs industrial s-a dovedit, cu timpul, dificil de manevrat, deși în prețul lui de cost se cereau prevăzute și cheltuielile privind atari intervenții inutile. Devenise limpede, încă din ultimele decenii ale secolului XIX, că nu calea *aplicării* de compoziții decorative greoaie este cea pe care trebuia să o urmeze producția industrială de obiecte cu finalitate practică pentru ca acestea să rețină atenția cumpărătorului și sub aspect estetic.

b) *Sub semnul „modernismului“*. Paralel cu producția industrială de forme funcționale comportînd diverse motive ori compoziții decorative complexe, aplicate masiv pe partea vizibilă, se impune, astfel, sub influența mișcărilor artistice din jurul lui 1900, o nouă tendință. Ea se caracterizează printr-un decorativism mai reținut și mai bine înțeles în raport cu finalitatea produsului.

Se renunță la ambiția înzorzonării formelor cu ornamente greoaie și complicate; se renunță la ambiția aplicării, pe suprafața obiectului funcțional, a unor compoziții decorative în măsură să-l facă prea costisitor. De altminteri, și gustul estetic general se schimbase întrucîtva: formele prea încărcate cu ornamente nu mai plăceau ca altădată. Sloganul lansat de arhitectul Adolf Loos (1870—1933), prin articolele publicate în ziarul austriac „Wiener Zeitung“ din 1897 — „*Ornamentum e un delictum*“ — reflectă tocmai această stare de spirit. Astfel, dacă nu sînt eliminate complet decorațiunile — cazul cel mai frecvent — acestea cunosc totuși o anumită discreție.

În această perioadă, în mediile intelectuale și artistice tinere din Anglia, Franța, Germania, Austro-Ungaria, Italia, intervine problema unei adevărate obsesii a modernității. Ruptura cu men-

* Michel Ragon, *L'Art: pour quoi faire?*, Paris, Casterman, 1971, pag. 51.

talitățile și gustul tradițional e marcată, nu o dată, chiar foarte zgomotos. Cuvîntul „modernism“ (englezii desemnează arta de la 1900 prin expresia *modern style*) e întîlnit frecvent în eseistica și studiile de estetică publicate. Tocmai în lumina a ceea ce el desemnează în perioada la care ne referim se afirmă și principalele tendințe din domeniile creației și producției industriale de forme utilitare.

Va fi întotdeauna dificil de precizat cînd începe și cînd sfîrșește o etapă sau alta a dezvoltării design-ului. De fapt, prelungiri ale tendințelor caracteristice începutului pot fi întîlnite pînă astăzi. E adevărat: manifestări „aplicativiste“ și „moderniste“ întîlnim acum numai la nivelul formelor produse industrial, de care design-ul propriu-zis se dezie.

De asemenea, va fi întotdeauna dificil de precizat din ce punct anume încep să iradieze formele care, pînă la urmă, consacră o anumită etapă a dezvoltării design-ului.

Fenomenul de care ne ocupăm s-a făcut simțit, pare-se, mai întîi, în Anglia — cel puțin atunci cînd e vorba despre design-ul de mașini, instalații și construcții industriale, sau despre design-ul de obiecte de uz casnic. Numele lui William Morris a reținut cel mai mult atenția cercetătorilor care au încercat să evalueze contribuția artiștilor plastici și arhitecților din a doua jumătate a secolului trecut la dezvoltarea design-ului. Nikolaus Pevsner, în *The sources of modern architecture and design* (London, 1968), consacră ample comentarii proiectelor lui Morris pentru cîteva piese de mobilier funcțional, pentru anumite stofe și țesături imprimate, ca și eforturilor acestuia de a face înțelese particularitățile frumosului de factură industrială, prin opoziție cu cel artizanal. Totuși, cam în aceeași perioadă intervin manifestări similare, atît pe continentul european, cît și peste ocean, în America de Nord.

c) *Sub semnul „stilismului“*. După 1910 în-deosebi pe planul producției industriale de forme utilitare, posedînd și o dimensiune estetică, ală-

turi de cea funcțională inerentă, pot fi sesizate tendințe noi, care vor consacra, practic, o nouă etapă din istoria design-ului. Ne putem întreba: cînd sfîrșește exact această etapă? Mai mult decît prelungirile „aplicativismului“ și „modernismului“, cele ale etapei la care ne referim continuă pînă astăzi. Putem afirma doar vag că, prin anii '50, formele specifice etapei ce urmează a fi discutată cedează masiv locul altora. De altfel, nici începuturile nu se dovedesc prea ușor de fixat. Anumite forme estetice de obiecte funcționale realizate anterior anului 1910 prezintă note proprii noii etape. Imposibilă se dovedește mai ales determinarea punctului geografic de unde încep să iradieze formele consacrînd etapa de care ne ocupăm. Terminologia englezească, întrebuintată pentru a desemna cazurile cele mai caracteristice, ne poate înșela. Franz Kollmann, autorul unei istorii ilustrate a design-ului de automobile, camioane, autobuze, locomotive, avioane, nave, construcții și instalații industriale, motoare, apărută la München, în 1929, sub titlul *Schönheit der Technik*, insistă asupra „concomitenței“ unora dintre manifestările ce consacră începuturile noilor etape din dezvoltarea producției industriale de obiecte utile posedînd și o dimensiune estetică. Diverse industrii naționale dezvoltate încep, la un moment dat, să fie interesate de aceleași soluții estetice pentru produsele lor.

Etapă ce ne preocupă se caracterizează prin tendința de a concepe frumusețea produsului utilitar fabricat doar la nivelul compoziției vizuale pe care acesta o comportă. Ambiția aplicării decorațiunilor, oricît de discrete, pe partea vizibilă a produsului tinde a fi abandonată. Se mizează pe efectele ce pot fi obținute prin „stilizarea“ formelor tradiționale, creîndu-se impresia unor noi obiecte. „Alungirile“, „dilatările“, „supradimensionările“, „comprimările“, „aplatizările“ operate la nivelul întregului sau numai al unor părți ori detalii sînt procedee frecvent întrebuintate prin care se urmărește revitalizarea estetică a înfățișării produsului. Ele au ades și o motivație

funcțională, însă frumusețea în sine a obiectului este cea pe care se scontează în primul rînd. Chiar atunci cînd e invocat plusul de securitate și confort ce-l implică noul obiect, prin forma sa „îmbunătățită“, referirile se fac doar la posibilitățile de manevrare, manipulare și integrare a produsului în universul de lucruri familiare omului.

Desigur, față de etapele anterioare, cea despre care este vorba acum marchează un evident pas înainte, prin abandonarea convingerii că frumusețea obiectului funcțional fabricat nu poate fi asigurată decît cu ajutorul motivelor sau compozițiilor decorative complexe aplicate pe părțile vizibile ale acestuia. Persistă însă înțelegerea formei produsului ca element separat de funcțiune, ca simplu „înveliș“. Vom întîlni, astfel, unele „tipuri“ noi de mașini și unelte, foarte aspectuoase, dar cu nimic diferite, sub raportul randamentului, de cele vechi, într-adevăr, nu prea frumoase. Așadar, între forma produsului și parametrii săi funcționali nu este recunoscută încă o legătură neapărat necesară. Pentru această etapă a dezvoltării design-ului, forma atrăgătoare — „care să ia ochii“ — reprezintă aproape totul. Cînd produsul devine greu vandabil, nu se urmărește înlocuirea lui cu altul superior pe plan funcțional, ci „îmbunătățirea“ formei sale, iar uneori, nici atît, operîndu-se doar mici schimbări de detalii sau accesorii, pentru a lăsa impresia că e vorba despre „ceva nou“. A rămas celebru cazul tubului pentru pastă de dinți — marca nu prezintă importanță — îmbunătățit într-un atare sens. Respectivul produs se vindea anevoie, creînd serioase dificultăți întreprinderii care-l livra. Neexistînd un alt produs — tot pastă de dinți — superior și garantat vandabil, capabil să-l înlocuiască, specialiștii s-au gîndit să procedeze la unele „ameliorări“ ale ambalajului. Tuburile vechi pentru pasta de dinți respectivă dispuneau de un capac mic, plat, oarecum greu manevrabil și inestetic. Noile tuburi au fost dotate cu capace avînd forma unui trunchi de con ușor alungit, ce prezenta o „compoziție vizuală“ evident agreabilă. De asemenea,

inscripționarea denumirii produsului s-a făcut cu o literă elegantă și într-o cromatică „șocantă“. Rezultatele obținute au întrecut toate așteptările; aceeași pastă de dinți a ajuns să se vîndă cu foarte mare succes.

Mult timp, însuși creatorul de forme utile care lucra pentru industrie a fost considerat drept „stilist“. Pornind de la formele vechi, prin „stilizare“ — adică simplificare cu motivație estetică — el trebuia să reconceapă înfățișarea produsului, pentru ca acesta să devină mai atrăgător și mai ușor vandabil. Termenul, de origine anglo-saxonă, *styling* — „conferire de stil“ —, la modă între 1930 și 1950, desemnează tocmai tipul de înțelegere și practicare a design-ului în perioada de care ne ocupăm. Marea criză economică din anii '30 a determinat numeroase firme, ce produceau diverse articole de larg consum, să supraliciteze la maximum interesul pentru forma plăcută a obiectului util, în defavoarea calităților sale funcționale. Cu deosebire americanilor li se reproșa atunci că practică o adevărată „cosmetică“ a produselor greu vandabile.

Styling-ul a stîrnit violente reacții, nu numai din partea celor de la „Bauhaus“, dar și din partea altor promotori ai design-ului, nedispuși a face concesii spiritului mercantil. Principalul argument invocat era acela că design-ul nu trebuie identificat cu încercările de a face vandabile produsele de proastă ori mediocră calitate, practicîndu-se „înfrumusețarea“ formei lor; ca factor de progres, design-ul trebuie să contribuie, dimpotrivă, la îmbunătățirea calităților funcționale și estetice ale obiectului utilitar, pe linia celor mai recente achiziții ale științei și tehnicii.

Știm cu toții că produsele industriale funcționale comportă, pe parcursul existenței lor, un anumit proces de uzură fizică și un anumit proces de uzură morală. De data aceasta, însă, intervine și problema unui proces de uzură estetică. În ce constă fiecare?

Să luăm cazul unei mașini folosite într-o activitate umană determinată. După o perioadă

oarecare, fie datorită folosirii intense, fie datorită degradării prin „învechire“ sau „îmbătrânire“ a materialelor din care e realizată, respectiva mașină va ajunge, treptat, să nu mai reziste solicitărilor impuse de funcțiile pentru a căror îndeplinire a fost produsă. Astfel, va trebui să renunțăm la ea. Într-un atare sens intervine problema *uzurii fizice a obiectului funcțional fabricat*.

Aceeași mașină, chiar rezistind solicitărilor impuse de funcțiunile pentru care a fost produsă, după o perioadă oarecare (de obicei lungă), va trebui înlocuită, fiindcă între timp au apărut altele, tot de tipul ei, dar perfecționate, capabile de un randament superior. Într-un atare sens intervine problema *uzurii morale a obiectului funcțional fabricat*.

Acum începe, însă, să se pună și problema „uzurii estetice“ a obiectului funcțional fabricat. El poate să reziste tuturor solicitărilor impuse de funcțiunile pentru care a fost produs; el poate să rămână capabil încă de rezultate apreciate ca bune și convenabile, atunci când îl folosim, dar să nu mai prezinte interes vizual, să nu mai încinte privirea.

Cele trei procese de uzură afectează, desigur, în mod neuniform, obiectele funcționale fabricate. Altădată, când noutățile tehnice nu se succedau în ritmurile vertiginoase de acum, producția industrială de bunuri cu valoare funcțională reușea să mențină un relativ echilibru între procesele de uzură fizică ale acestora și cele de uzură morală.

Problema „uzurii estetice“ a obiectului funcțional fabricat se prezintă, însă, diferit. Gusturile neputînd fi programate, e dificil de prevăzut, fie și aproximativ, succesul pe care produsul îl va cunoaște pe piață ca simplu „lucru frumos“. Totuși, întreprinderile concurîndu-se între ele și sub aspectul înfățișării „plăcute“ a produselor livrate comerțului, procesul de „uzură estetică“ la care se supune firesc obiectul funcțional fabricat poate fi, într-o oarecare măsură, cu bună știință accelerat. Parametrii funcționali ai obiectu-

lui vor rămîne aceiași. Nu se pune nici problema unui randament superior. Se încearcă însă „ameliorarea“ formeii astfel încît obiectul să devină mai „plăcut“, mai interesant la vedere.

Industria țărilor complex industrializate, sub constrîngerile spiritului de concurență, caută adeseori să-și asigure, pe această cale, confortabile avantaje pentru produsele proprii livrate comerțului. Cîteodată, „îmbunătățirile“, exclusiv estetice, cu totul minore față de întrebuintările produsului, atrag după ele importante majorări de prețuri. Se obțin atunci profituri considerabile, printr-un minimum de adaptări tehnologice. Fără a se fi profilat pe un produs superior celor deja existente, de același tip, — fapt care ar fi presupus investiții serioase — întreprinderea producătoare speculează aparenta noutate obținută prin intervenții operate la suprafață. Mai intervine și un alt aspect. Întreprinderea al cărei produs ajunge să se bucure de succes comercial obligă, într-un fel, pe celelalte, să caute soluții similare pentru a o concura. Produsul existent se cere înlocuit cu altul, numai fiindcă forma lui a devenit desuetă, făcîndu-l greu vandabil. Așa s-a ajuns la accelerarea deliberată, din considerente exclusiv mercantile adeseori, a procesului de „uzură estetică“, inerent obiectelor funcționale fabricate.

Pe fondul realităților capitaliste din ultima jumătate de veac, s-a căutat reducerea, cît mai mult cu putință, prin atari artificii, a perioadei de „uzură estetică“, îndeosebi pentru seriile „gigant“; aici, majorarea prețului, la nivelul fiecărui exemplar, apare neînsemnată. În felul acesta, seriile moderne de produse funcționale se succed, realmente în ritmuri și după principii asemănătoare celor ce guvernează moda vestimentară.

d) *Sub semnul „consumismului“*. Numeroase manifestări ce caracterizează etapa următoare — o vom numi „consumistă“ — au însoțit practic, multă vreme pe cele de care ne-am ocupat pînă acum. Totuși, abia după 1950 ele au ajuns să marcheze tranșant, ca diversitate și amploare, o nouă etapă din istoria design-ului.

Specificul acestei etape trebuie deslușit în lumina adevărului că, datorită progresului tehnic rapid, din care secolul XX își face un titlu de mândrie, chiar perioada de uzură morală a obiectului funcțional fabricat începe să se reducă vertiginos. Producătorul va fi, deci, nevoit a se orienta după timpul real de afirmare — nu numai estetică — al produselor industriale cu valoare funcțională. Acest timp reducându-se, intervine, în primul rînd, problema renunțării la materialele rezistente, greu procurabile și relativ costisitoare; ele nu mai apar ca necesare. Astfel ne vom explica interesul pe care-l stîrnesc pretutindeni acum materialele perisabile, unele obținute prin fabricare, ce pot fi procurate ușor, la prețuri derizorii. Intervine, în al doilea rînd, problema asamblării părților componente, prin procedee ce exclud complet munca manuală. Atari procedee presupun însă fixarea pieselor în blocuri sau panouri complexe, folosind tehnologiile de mare randament, care nu mai au nimic comun cu cele tradiționale ale „montării“. De aceea, cînd o piesă se defectează nu este necesară doar schimbarea ei, ci a întregului bloc ori eventual panou. Înlocuirea produsului defectat ajunge atunci să fie preferată reparației lui. Adeseori, obiectul este conceput astfel încît nici să nu poată fi reparat sau recondiționat după scurta sa perioadă garantată de utilizare. Bineînțeles, continuă să planeze, între timp, și pericolul căderii produsului în acea desuetudine despre care s-a vorbit deja.

Se pune, deci, problema conceperii produselor fabricate astfel încît, pentru economia omului de rînd, obiectul ce va trebui înlocuit ulterior cu altul, mai corespunzător noilor pretenții, să nu reprezinte o valoare prea mare, putîndu-se astfel renunța ușor la el.

Cele trei procese de „uzură“ tind spre o relativă sincronizare. Obiectul e lansat pe piață, știindu-se de la bun început că succesul lui are să fie efemer; peste puțină vreme, un alt produs, nou, cu aceeași destinație, va putea atrage mai mult lumea interesată. Designer-ul devine, în aceste condiții,

tot mai rar solicitat pentru acțiuni de „ameliorare“ a formei obiectului. Împreună cu eventualii tehnicieni și economiști, ce-l pot ajuta, constituind o echipă, el trebuie să gîndească un nou produs, sub toate aspectele mai convenabil, atît producătorului, cit și cumpărătorului, în lumina celor mai recente „achiziții tehnice“. Consecința? Firmele se întrec în a lansa pe piață noi serii de produse, unele mai spectaculoase decît altele, concepute astfel încît miine să poată fi înlocuite, fără dificultate, cu cele care vor avea mai multe șanse de succes. Situația la care ne-am referit afectează cu precădere economia țărilor puternic industrializate, bazată pe principiul concurenței firmelor producătoare. Aici, esențialul în materie de design îl constituie succesul comercial al produsului.

Gînditorii care au încercat a desluși sensurile generale ale condiției omului în lumea capitalistă contemporană, fără să se ocupe expres de problemele design-ului, au formulat, nu o dată, interesante observații cu privire la aspectele ce ne preocupă. Merită citat următorul pasaj din cartea lui Erich Fromm (1900—1980) *The Revolution of Hope* (1968): „Introducînd noțiunea de desuetudine, industria forțează, pînă la urmă, consumatorul să cumpere lucruri trebuitoare, atunci cînd acesta s-ar mai putea servi, încă, foarte bine de cele vechi. Prin schimbările operate privind stilul obiectelor, veșmintelor, bunurilor durabile și chiar alimentelor, industria obligă psihologic omul să cumpere mai mult decît are nevoie sau mai mult decît propriu-zis vrea. Totuși, pentru satisfacerea imperativului producției crescînde, care călăuzește dezvoltarea industriei, se contează nu numai pe posibilitățile amintite de influențare a opțiunilor cumpărătorului, ci în primul rînd, pe publicitate — cea mai importantă formă de agresiune împotriva dreptului ce-l are consumatorul, de a alege liber ceea ce urmează să cumpere. A cheltui 16,5 miliarde de dolari pentru publicitatea directă, în 1966 (ziare, periodice, ilustrate,

radio, televiziune), poate apărea ca o utilizare irațională și un adevărat jaf de talente umane, hirtie și spațiu tipografic. Acest lucru nu e însă irațional într-un sistem bazat pe convingerea că dezvoltarea producției — și deci a consumului — reprezintă un element vital pentru evitarea prăbușirii economiei. Dacă adăugăm la costul publicității prețul ridicat pe care-l presupune schimbarea de prezentare a produselor durabile, în special a automobilelor, și prețul ambalajelor — o altă modalitate de a provoca apetitul consumatorilor — rezultă limpede că industria acceptă să plătească foarte mult pentru o producție și o curbă a vânzărilor avind caracter ascendent*.* Și Zbigniew Brzezinski (n. 1928) se referă în *Between two Ages* (carte apărută în 1970) la succesiunea generațiilor de obiecte produse industrial ce solicită permanent și pretutindeni privirea omului în ziua de astăzi. El insistă asupra faptului că această succesiune este o consecință a dezvoltării științei contemporane, grație căreia a devenit posibilă apariția de noi materiale, de noi tehnologii și modalități de realizare, la scara marilor serii, a obiectelor cu cea mai diversă destinație. Brzezinski caută să justifice însă, astfel, viitorul societății americane, ca societate a abundenței și consumului nelimitat — bineînțeles din partea celor ce dispun de posibilități materiale.

e) *Astăzi, încotro?* Manifestările asupra cărora ne-am oprit pînă acum apar ca semnificative pentru anii de după ultimul război mondial, pînă spre începutul deceniului opt. Ulterior, dificultățile apărute, aproape peste tot, în aprovizionarea cu materii prime a întreprinderilor producătoare, „criza energetică” și multe alte perturbații, care afectează direct industria bunurilor de larg consum sau de vastă utilitate, au determinat o reconsiderare globală a situației obiectului funcțional fabricat.

Asistăm astăzi, indiscutabil, la declinul ambițiilor „consumiste”. Idealul obiectului funcțional

fabricat, constituind o prezență capabilă să încinte privirea, prin notele sale de armonie și echilibru, fără a recurge la soluții estetice care nu se legitimează din perspectiva întrebunțării ce le va avea, continuă să preocupe designer-ii, la fel ca înainte. Se urmărește însă, peste tot, obținerea unor produse cu o „viață” mult mai lungă, ce trebuie să corespundă optim propriului lor scop, necesitînd totodată, atît pentru realizare, cît și pentru întreținere, ori funcționare, „consumuri” foarte mici.

Comentînd începuturile noii perioade, Henry de Morant, în *Histoire des arts décoratifs* (Paris, 1970), arată că fuziunea dintre preocupările privind aspectul „plăcut” al obiectului funcțional fabricat, în măsură să-i asigure succesul pe piață, și cele privind întrebunțările acestuia la parametri optimi începe să devină semnificativă. Dintr-o asemenea perspectivă, obiectul funcțional fabricat rezultînd din perseverarea pe linia vechilor practici, de aparentă ameliorare a produsului prin intervenții superficiale, operate doar la nivelul formei, are puține șanse să supraviețuiască. Risipa de materiale și energie în cadrul procesului de producție industrială pare a nu mai fi obiectiv posibilă la proporțiile impresionante din perioadele precedente. După cum putem vedea, însăși evoluția generală a vieții sociale conferă astăzi design-ului o semnificație majoră, consacîndu-l ca activitate complexă prin intermediul căreia se tinde spre îmbunătățirea condițiilor de confort și instaurarea unui plus de frumusețe pretutindeni, la nivelul creației și producției formelor funcționale, în conformitate cu nevoile reale ale tuturor oamenilor*.

* Interesante observații în această privință, se găsesc în cartea lui Raymond Loewy: *Industrial design* (London, 1979). Bibliografia care ar merita măcar să fie menționată e, însă, foarte bogată. Cităm, aproape la întîmplare; Reynier Banham — *Design by Choice* (London, 1981); Horatio Greenough — *Form and function* (Berkeley și Los Angeles; 1947); John Eskett — *Industrial design*, (London, 1980); „Akiko Busch and the Editors of In-

* Traducere franceză, Erich Fromm, *Espoir et révolution*, Paris, Stock 1970, pag. 54.

Experiențele deținute pînă acum nu ne permit încă să propunem o denumire pentru cea mai recentă etapă a dezvoltării design-ului.

5. Direcții actuale de afirmare

Încercînd să înțelegem design-ul ca domeniu estetic inconfundabil, pe lîngă observațiile deja deținute, se cer măcar amintite și principalele sale direcții de afirmare. Aproape toți autorii care au studiat „materialul” ce formează obiectul investigației noastre admit că, despre design, ca și despre artă, nu se poate vorbi numai la modul general. Ca atare, au fost propuse anumite „clasificări”, cu gîndul de a introduce oarecare ordine în „noianul” de cazuri ce pot fi întîlnite.

Desigur, după gradul de înrudire prezentat, manifestările din cîmpul design-ului apar grupate diferit. Pare însă riscantă, cel puțin deocamdată, orice împărțire pe „genuri”, „specii” sau „subspecii”, de tipul celor utilizate în teoriile artelor sau literaturii. Așa cum a reieșit, credem, din prezentarea noastră anterioară, design-ul constituie o realitate estetică dinamică și subtilă, care se pretează anevoie la asemenea „diviziunii” rigide. Însăși determinarea lui, în calitate de fenomen estetic specific civilizației contemporane, necesită multă precauție. Este mai prudent, prin urmare, să avem în vedere nu „genurile”, „speciile” ori „subspeciile” care pot „cuprinde” un caz sau altul, ci principalele direcții de afirmare a design-ului și tendințele ce se manifestă astăzi. Chiar procedînd astfel nu ne va fi comod, întrucît este vorba de situații complexe, inadecvate tipului de studiu bazat pe distincții tranșante. Ne putem convinge examinînd încercările de „clasificare” întreprinse în acest sens de-a lungul anilor.

dustrial Design Magazine” — *Product Design* (album, New York, 1984); Hans Wichmann — *Industrial Design, Unikate, Serienerzeugnisse* (München, 1985).

Pentru design-ul de obiecte, Herbert Read considera definitorie natura materialului folosit — ceramică, sticlă, metal, plastic, lemn. Ce ne facem atunci cu formele în a căror construcție dețin pondere egală sau aproape egală mai multe materiale?

Gillo Dorfles credea, cîndva, că experiențele din cîmpul design-ului trebuie clasificate după statutul obiectelor fabricate. El distinge două mari categorii de obiecte: cele realizate prin procedee mecanice, dar ele însele neconținînd nici un mecanism, și cele care conțin un mecanism, iar formelor se impune drept expresie a funcțiunilor acestuia. Devine limpede că fiecare categorie de obiecte ridică probleme diferite de proiectare și materializare a proiectului. Design-ul de mașini, de exemplu, presupune obligatoriu prezența în echipa ce proiectează prototipul a specialiștilor ingineri.

O asemenea clasificare apare în prezent total depășită. Experiențele design-ului din ultimele decenii au impus convingerea că frumusețea formelor utile — indiferent, cu sau fără „mecanism” interior — se prezintă întotdeauna ca expresie a funcțiunilor obiectului, așa încît numai aparent cel ce proiectează un serviciu de cafea, cînd este designer, iar nu artist, dispune de o mai mare libertate decît cel ce proiectează un aspirator.

Alte încercări de clasificare a experiențelor din cîmpul design-ului au în vedere, pe lîngă statutul obiectelor, și destinația lor. Ar exista, așadar, un design al obiectelor de uz individual, comportînd procese mai lente de învechire estetică (bunurile pentru uzul gospodăresc, instrumentele și echipamentul tehnic muzical, aparatele foto, telefonul), un design al obiectelor de uz individual comportînd procese foarte rapide de învechire estetică (ambalajele, unele accesorii ale îmbrăcămintei funcționale, inventarul mărunț al locuinței), un design al obiectelor de uz supra-individual puțin supuse variațiilor de gust (vagoane, autobuze, nave, avioane, mobilier urban), un design al obiectelor „inutile”, produse însă

industrial, pentru care nu contează procesele de învechire estetică (podoabe, jucării, gadget-uri), un design al elementelor prefabricate, folosite în construcții. Și criteriile după care e întocmită această clasificare se dovedesc arbitrare. De ce telefonul, de pildă, este considerat ca făcând parte din categoria obiectelor de uz individual ce comportă procese lente de învechire estetică, iar candelabru sau veioza din cea a obiectelor, tot de uz individual, ce comportă însă foarte rapide procese de învechire estetică? Un răspuns convingător se dovedește aproape imposibil.

Anumiți autori sînt de părere că putem vorbi astăzi despre trei mari „tipuri” de design. Pentru țările subdezvoltate, semnificativă ar fi producția industrială de obiecte funcționale ce apelează încă la efectul estetic al decorațiunilor abundente aplicate pe părțile vizibile ale formei. Pentru țările în curs de dezvoltare, semnificativă ar fi producția industrială de obiecte funcționale apelînd încă la efectul estetic al decorațiunilor discrete, ca și al *styling*-ului. Țările dezvoltate s-ar caracteriza printr-o producție industrială de obiecte utilitare al căror aspect estetic se legitimează la nivelul geometriei formelor, din perspectiva înțrebunțarilor specifice pe care acestea urmează a le avea. Inconsistența unei asemenea clasificări este, de asemenea, evidentă. Există industrii din țările în curs de dezvoltare ce produc obiecte funcționale pe linia ultimelor exigențe ale design-ului. Ele concurează, nu o dată cu succes, pe piața internațională, produsele industriei țărilor cu un înalt grad de dezvoltare, exact la aceiași parametri funcționali și estetici.

Astfel, deși izvorînd din nevoia unei înțelegeri mai clare a design-ului, problema clasificării modalităților de manifestare a acestuia nu pare a-și găsi deocamdată o rezolvare corectă. Fiecare dintre clasificările propuse pînă acum conține unele sugestii ce ar putea fi acceptate, insuficiente însă pentru a o valida ca instrument de lucru eficient.

a) *Problema stilurilor naționale în design.* Desigur, existența unor note specifice obiectelor func-

ționale produse de către industria diferitelor țări sau grupuri de țări, într-o perioadă determinată, constituie adeseori un fapt ce trebuie luat în considerare. Dezvoltarea economică generală, tehnologiile la care are acces o țară sau alta, pentru anumite tipuri de produse, cadrele de specialitate — inclusiv creatorii de prototipuri pe care-i posedă —, cumpărătorii cărora li se adresează, condiționează discret „personalitatea” produselor. Orice stil în design va apare drept expresie a unei atari condiționări. Dacă acceptăm ultima dintre „clasificările” design-ului prezentate mai sus, atunci pentru țările în curs de dezvoltare economică ar interveni problema unor stiluri naționale, asigurate fie cu elemente decorative inspirate din tradițiile locale, aplicate pe părțile vizibile ale obiectelor, fie cu forme „stilizate” în spiritul tradițiilor locale. Pentru țările dezvoltate economic ar interveni problema unor stiluri naționale, care pot fi deslușite la nivelul simplei lor geometrii. Vizînd o clientelă multinațională, produsele industriilor din țările dezvoltate economic ar fi obligate să recurgă la efecte estetice cu un înalt grad de universalitate. E foarte greu să fii de acord cu o atare opinie. Pe de altă parte, însă, trebuie recunoscut că stilul italian în design, de exemplu, sau cel scandinav, numai forțînd „lucrurile” le-am putea explica din perspectiva unor tradiții strict naționale.

Design-ul italian cultivă întodeauna forma îndrăzneță, ce sfidează parcă orice convenție; elementele de fantezie și noutate, prezente exclusiv la nivelul „geometriei” obiectului, sînt cele pe care se insistă cu precădere. Se poate oare susține, serios, că îndrăzneala, fantezia și ineditul „geometriei” formelor funcționale privesc doar tradițiile italiene?

Prin opoziție, design-ul scandinav cultivă tipul de obiect utilitar cu o compoziție vizuală mai „așezată”, ce dovedește o fantezie voit reținută; fără să vrei ai sentimentul unui produs greu demodabil. Considerații de același ordin se pot

face și în legătură cu stilul produselor industriale engleze, japoneze, sovietice, poloneze, românești.

Oricum, nu se cuvine pierdut din vedere faptul că produsele industriilor naționale viguroase de astăzi se adresează unei clientele ce depășește granițele proprii lor țări. Trebuie ținut seama de perspectivele extinderii, intensificării și diversificării comerțului internațional. Interesați să aibă acces pe piețele străine, producătorii se orientează tot mai mult spre tipul de obiect utilitar a cărui frumusețe posedă un înalt grad de universalitate. De altfel, însăși condiția obiectului funcțional modern posedă vocația unei atari universalități. Așa se face că astăzi gusturile oamenilor coincid cel mai mult atunci când intervine problema obiectelor funcționale fabricate, a căror frumusețe se exprimă la nivelul proprii lor „geometrii“.

Au mai contribuit, de bună seamă, la această „universalizare“ a stilurilor în design numeroși alți factori: cinematograful, radio-ul, televiziunea, presa (indeosebi cea ilustrată), turismul. Și transferul contemporan de tehnologie favorizează, indiscutabil, „universalizarea“ stilurilor în design. Tehnologiile importate din țările dezvoltate economic determină, prin folosirea lor, profunde mutații în materie de gust, preferințe și preocupări estetice. Pe de altă parte, formarea designer-ilor, finanțarea cercetărilor, întocmirea proiectelor și profilarea întreprinderilor pe noile produse presupun eforturi financiare imense. Nu întotdeauna țările mai puțin dezvoltate economic reușesc să le facă față singure. Când solicitările interne pentru un anumit produs sînt reduse, iar perspectivele exportării lui sînt nesigure, devine mai rentabilă — dacă nu este preferat importul a ceva similar — cumpărarea de „patente“ străine. Se obține astfel dreptul de a produce, pentru nevoile proprii, sau chiar pentru export, un obiect deja existent care se bucură de succes pe piața internațională, creație a designer-ilor dintr-o altă țară, de obicei mai dezvoltată economic. Nu trebuie trecute cu vederea nici cazurile cînd, fără a se recurge la cumpărarea „pantentelor“ străine, designer-ii pro-

cedează la adaptarea produselor reușite, existente deja pe piețele străine, pentru nevoile și posibilitățile de care dispune industria autohtonă. Obiectul nu mai este același ca înfățișare, însă principiile după care funcționează, eventualele operațiuni ce le poate executa și rezultatele ce pot fi obținute în condițiile utilizării lui „coincid“ cu cele ale unor produse deja existente.

Intervine astfel problema asimilării, de către diversele industrii naționale, a produselor reușite aflate la un moment dat pe piața internațională. Întrucît respectivele produse au de acum succesul comercial asigurat, angajîndu-te în producerea lor eviți orice risc. Pe de altă parte, cumpărarea de „patente“ — atunci cînd e posibilă, deoarece nu întotdeauna „titularii“ acestora sînt dispuși să și le vîndă, iar cînd le vînd pot impune anumite condiții inacceptabile — presupune cheltuieli incomparabil mai mici decît proiectarea, producerea și lansarea pe piață a unui obiect funcțional „inedit“. Cînd calculul arată, totuși, că este posibilă și rentabilă, sub toate aspectele, realizarea unui produs nou, superior celor de pînă atunci, se pot asocia nu numai mai multe firme, ci chiar mai multe state.

Dacă, pe lîngă toate acestea, nu pierdem din vedere nici fenomenele de vastă standardizare, reglementate prin convențiile încheiate între guverne, devine limpede că argumentele celor care consideră că stilurile design-ului contemporan tind a depăși condiționările facile, de ordin mai mult etnografic, trebuie să ne pună pe gînduri.

Care sînt direcțiile mari în sensul cărora design-ul se afirmă astăzi? Sînt recunoscute trei direcții. Prima este cea a *design-ului ambiental*, a doua privește *design-ul de comunicații vizuale*. A treia aduce în discuție *design-ul de obiecte*. Atunci cînd intervine problema produselor de serie, acesta din urmă mai este denumit, cum s-a mai arătat, și „*industrial-design*“.

b) *Design-ul ambiental*. Nu există un consens deplin în legătură cu domeniul design-ului ambiental. Cel mai adesea sînt avute în vedere pentru înțelegerea lui, preocupările arhitecților privind amplasarea, nu numai rațională, dar și eficientă, a construcțiilor și instalațiilor industriale, sistematizarea circulației, gruparea punctelor de interes social, administrativ, comercial, cultural etc., conform nevoilor reale ale populației. Aici trebuie incluse, de asemenea, preocupările privind amenajarea cu forme produse industrial a locurilor de odihnă și agrement din incinta fiecărei localități sau a *zonelor* similare din afara lor.

Unii autori, mai prudenți, sînt de părere că design-ul ambiental are cu totul alt cîmp de manifestare decît arhitectura, care, chiar atunci cînd își propune să fie prin excelență funcțională, rămîne un domeniu artistic inconfundabil. Ca atare, edificiul, formă durabilă prin însăși natura sa, menită să „adăpostească” omul, nu poate fi considerat ca făcînd parte din aceeași „familie” cu obiectele. Dintr-un asemenea unghi de vedere, design-ul ambiental ar îngloba acțiunile privind amenajarea și ordonarea spațiilor arhitecturale cu elemente relativ perisabile, produse în serie, al căror aspect plăcut nu se bazează pe efecte decorative. Ar intra aici mobilierul de interior realizat industrial, mobilierul de exterior, îndeosebi cel urban, precum și toate dotările aferente vieții citadine: cabinele telefonice, refugiile și adăposturile de intemperii din stațiile autobuzelor, troleibuzelor, tramvaielor, inventarul spațiilor de joacă pentru copii, formele pentru depozitarea gunoaielor sau reziduurilor menajere, corpurile destinate iluminatului public...

O accepțiune mai restrînsă a design-ului ambiental vizează doar posibilitățile de amenajare estetică cu forme produse industrial, a spațiilor arhitecturale — interioare și exterioare — fie în funcție de activitățile permanente pe care le adăpostesc, fie în funcție de unele manifestări ce urmează să aibă loc. Spre deosebire însă de „amenajatul estetic — interior și exterior” — obiș-

nuit, cel pe care și-l revendică design-ul ambiental presupune soluții simple, prin excelență funcționale, folosindu-se, pentru aplicarea lor, elemente modulare. Amenajarea tirgurilor și expozițiilor, de exemplu, ar ilustra cel mai bine domeniul design-ului ambiental.

c) *Design-ul de comunicații vizuale* s-ar identifica mai întîi cu principalele situații care definesc anterior domeniul graficii publicitare. Afișul, reclama, emblema, eticheta, inscripționarea pot fi înțelese ca forme grafice prin excelență funcționale, în sensul că trebuie să comunice foarte exact un anumit mesaj. Forma este condiționată aici de nevoia transmiterii precise a unei anumite informații; fanteziei nu-i va fi permis, deci, alt joc decît cel dictat de scopul comunicării.

Design-ul de comunicații vizuale sau grafic-design-ul ar include, apoi, toate acele semne indicînd direcțiile ce trebuie urmate pentru a se ajunge într-un punct determinat, mișcările ce trebuie făcute pentru a declanșa un anumit dispozitiv, poziția necesară într-o anumită împrejurare, ca și serviciile de care cineva se poate folosi în condițiile unui spațiu public oarecare; manifestările la care poate participa; accidentele care pot surveni. Pentru o mai ușoară decodare a informației conținute, se apelează de obicei la reprezentarea stilizată fie a atitudinilor, pozițiilor sau gesturilor umane, fie a diverselor obiecte caracteristice pentru situațiile, activitățile sau serviciile indicate.

Design-ul de comunicații vizuale s-ar identifica, deopotrivă, cu unele dintre preocupările pe care, anterior, și le revendica domeniul graficii de carte. Formatul volumului, coperta, „punerea în pagină” a textului, realizarea acelei compoziții armonioase, cu elemente de text și ilustrație, care să facă ușor transmisibilă o anumită informație, necesită tot mai mult astăzi intervenția noului tip de specialist: designer-ul. El nu mai concepe cartea doar în funcție de „capriciile” propriiei sale fantezii, ci și în funcție de scopul pentru care aceasta urmează a fi tipărită.

Designur, design-ul de comunicații vizuale poate fi înțeles atât ca domeniu al unor acțiuni de sine stătătoare, cât și ca domeniu al unor acțiuni asociate altor preocupări de design. Design-ul de obiecte, bunăoară, implică și problema inscripționărilor, sau chiar a semnelor indicate prin care se face cunoscută funcționarea acestora.

d) *Design-ul de obiecte* cunoaște cea mai mare diversitate de „cazuri“. Așa se explică, probabil, faptul că el a fost și este încă frecvent identificat cu întregul domeniu în discuție. „Obiect“ are, bineînțeles, aici, o semnificație aproximativă. Instalațiile și agregatele industriale, câteodată depășind dimensiunile multor edificii, fac parte din categoria design-ului de obiecte, la fel ca aparatul de bărbierit sau fierul de călcat.

Sub aspectul problematicei estetice aduse în discuție, sînt reținute, obișnuit, diverse „subdiviziuni“ ale design-ului de obiecte. Interesează, pentru a ne completa reprezentările despre fenomenul analizat, nu atât logica și legitimitatea lor, cât diversitatea de manifestări ce o presupun. Există astfel *design-ul mașinilor și al aparaturii montabile folosite în activitățile productive*; *design-ul mașinilor și aparaturii montabile folosite în activitățile de cercetare*; *design-ul mașinilor și aparaturii portabile*; *design-ul uneltelor de lucru*; *design-ul utilajului medical*; *design-ul „inventarului“ mărunt necesar activităților de învățămînt*; *design-ul instrumentelor muzicale*; *design-ul instrumentelor optice*; *design-ul mijloacelor de transport*; *design-ul obiectelor de uz gospodăresc*; *design-ul obiectelor folosite în cadrul activităților sportive și turistice*; *design-ul aparaturii electronice de comunicații*; *design-ul de armament*; *design-ul de jucării*; *design-ul de ambalaje* (cele care nu privesc numai prezentarea atrăgătoare a produsului, dar și posibilitățile de transport sau depozitare a acestuia în condiții de securitate optimă). Nu pot fi omise nici *design-ul de mobilier*, fabricat în serie, pentru locuințe, reședințe, birouri, săli de conferințe, spații interioare de

odihnă și agrement, sau *design-ul îmbrăcămintei de lucru și al echipamentului de protecție, design-ul obiectelor de uz personal* etc.

Fiecare dintre „subdiviziunile“ posibile ale design-ului de obiecte înglobează zeci, sute, iar uneori mii de „cazuri“. Pentru exemplificare, ne putem referi la unele dintre „cazurile“ semnificative pe care le aduce în discuție „subdiviziunea“ *design-ul bunurilor de uz gospodăresc*. Avem, mai întîi, obiectele destinate prelucrărilor primare și secundare ale produselor de bază din care urmează a fi realizate micul dejun, prînzul sau cîna: dispozitive pentru deschiderea recipientelor; instrumente pentru cojit, golit, curățat alimentele crude de orice fel; instrumente pentru tăiat, tranșat, tocat, răzuit, cîntărit, dozat, mixat. Avem, pe urmă, obiectele destinate preparării respectivelor produse de bază: vasele și tăvile pentru fiert, fript sau copt, grătarele etc. Lucrurile nu se opresc însă aici. E necesar să fie avut în vedere întregul echipament auxiliar, care permite fierberea, coacerea, păstrarea și conservarea alimentelor — preparate ori nepreparate etc. Frigiderele, „mașinile de gătit“, anumite recipiente fac parte din această categorie. Întrucît scopul ultim este servirea „mesei“, intervine problema obiectelor folosite într-un atare scop: vesela, tacîmurile, unele piese auxiliare... După ce obiectele la care ne referim au fost folosite, ele necesită, mai întîi, operațiunile de spălare și curățare, apoi de depozitare, care presupun alte... obiecte. La rîndul lor, acestea se grupează în diverse „formule“ subordonate. Nu putem ignora nici obiectele destinate depunerii temporare a reziduurilor menajere. Tot din categoria bunurilor de uz gospodăresc fac parte obiectele pentru asigurarea igienei și confortului în locuință: măști, aspiratoare, diverse piese necesare pentru întreținerea elementară a instalațiilor sanitare. Un grup mare de „articole“ privește spălătul, curățatul și călcatul rufelor, întreținerea îmbrăcămintei. După gradul de confort al locuinței, putem vorbi, de asemenea, despre instalațiile

de încălzire, ventilare, climatizare. Iluminatul presupune, și el, anumite obiecte specifice. Alte obiecte, cum ar fi mașinile de cusut sau tricotate, sînt folosite în unele activități asimilate celor artizanale. Locuința modernă are în dotarea sa și un important număr de obiecte destinate activităților rescreative; într-un fel, ele pot fi incluse tot în categoria obiectelor de uz gospodăresc.

După *design-ul bunurilor de uz gospodăresc*, se cere amintit și cel al *bunurilor de uz personal*: piepteni, stilouri, ochelari, truse de bărbierit, brichete, truse de machiat, truse de manichiură, perii de dinți etc. Și de această dată e vorba de zeci sau chiar sute de „articole“.

Continuînd enumerarea, se cere menționat acum *design-ul îmbrăcămîntei de lucru și al echipamentului de protecție*. Lumea îl confundă, adeseori, cu vestimentația. În realitate, este vorba însă despre cu totul altceva.

Vestimentația se definește, după cum am văzut, din perspectiva caracterului generator de spectacol al pieselor de îmbrăcăminte raportate la „datele corporale“ ale fiecărei persoane; unele din respectivele piese pot să nu aibă nici o justificare funcțională.

Îmbrăcămîntea de lucru este cea al cărei purtat are o motivație prioritar — dacă nu exclusiv — practică. Se impune, deci, ca piesele din sistemul ei să fie concepute în funcție de solicitările specifice la care urmează a fi supuse. E necesar să fie avute în vedere mișcările ce vor interveni mai frecvent, uneltele, instrumentele sau aparatele pe care eventualul „purător“ le va întrebuința. Materialele folosite trebuie să posede, înaintea oricărui calități estetice, anumite proprietăți fizice și chimice, capabile să confere fiecărei piese ce acoperă corpul caracterul de element protejant. Deosebiriile dintre cele două domenii — vestimentația și îmbrăcămîntea de lucru — apar, deci evidente.

Creatorul de veșminte gîndește îmbrăcămîntea doar raportată la proporțiile corpului uman — ca siluetă capabilă să încînte privirea celor din jur.

Designer-ul, solicitat să conceapă și să proiecteze îmbrăcămîntea de lucru sau echipamentul de protecție, nu-și poate permite o asemenea libertate. El trebuie să studieze minuțios calitățile materialului, încercările la care urmează a fi supus, situațiile în care „beneficiarul“ e posibil să se afle. Dispunerea buzonarelor, a diferitelor accesorii va fi atunci astfel gîndită încît să permită folosirea lor fără dificultate. Mai ales echipamentul de protecție prezintă probleme foarte complexe privind înțelegerea tehnică a materialelor și funcțiunilor fiecărei „piese“.

O altă importantă subdiviziune a *design-ului* de obiecte se referă la *mijloacele de transport*. Ea poate fi abordată în funcție de „tipul“ transportului: rutier, feroviar, naval, aerian. Fiecare asemenea „tip“ presupune însă numeroase variante, ce trebuie de asemenea, menționate.

Să ne referim, mai întîi, la transportul rutier. Să distingem într-un prim moment: mijloacele de transport auto — folosite în activitățile industriale și cele folosite în activitățile agricole sau de construcții; unele sînt purtătoare de instalații — automacarale, autoescavatoare, autobasculante —, altele nu: camioane, tractoare ș.a.m.d. Problemele de design pe care acestea le ridică diferă, în funcție de atari date. Mai departe, se cer avute în vedere mijloacele de transport folosite în activitățile de reparații, întreținere și cercetare: ateliere mobile, laboratoare pentru analize. Anumite mijloace de transport sînt folosite exclusiv pentru aprovizionarea cu mărfuri a unităților comerciale: autofurgonete, autoutilitare, autofrigorifice. E de la sine înțeles că ele impun alte probleme de proiectare și materializare a proiectului decît autobuzele, troleibuzele, tramvaiele care sînt destinate transportului în comun. Probleme diferite apar în fața designer-ului și atunci cînd trebuie creat un nou automobil, o motocicletă sau o bicicletă. Acestea constituie mijloace de transport „individual“ (chiar dacă au mai multe locuri).

Mijloacele de transport feroviar, deși nu presupun o foarte mare varietate de situații, aduc în

discuție alte probleme de design. Există „piesele“ de tracțiune — locomotivele — și vagoanele. După tipul de combustibil consumat, „piesele“ de tracțiune pot fi de mai multe feluri. Forma lor va depinde atît de viteza pe care pot să o atingă, de forța cu care sînt prevăzute, ca și de rezolvările privind consumul de energie. De asemenea, vagoanele pot fi de marfă, de călători, afectate unor activități industriale sau de construcții. Desigur, design-ul acestora va diferi, în funcție de asemenea elemente.

Mijloacele de transport naval pot fi încadrate, mai întii, în două categorii: cele pentru transportul maritim și cele pentru transportul fluvial. Luînd în considerare destinația lor, dincolo de atari posibilități de încadrare vom avea: nave de pescuit, nave pentru transportul mărfurilor — mineraliere, petroliere sau cu posibilități nespecificate —, nave pentru transportul călătorilor, nave de întreținere, nave de cercetare, nave militare: crucișătoare, distrugătoare, portavioane, submarine. N-ar trebui ignorate nici ambarcațiunile de agrement sau sportive. Toate presupun aportul designer-ului.

Mijloacele de transport aerian cuprind avioanele de călători, avioanele de marfă, avioanele utilitare, avioanele de luptă, elicopterele.

Cînd sînt discutate problemele design-ului, nu se poate face abstracție de faptul că noul specialist este implicat în creația unor obiecte ce diferă, potrivit statutului lor funcțional, într-o asemenea măsură, încît presupun nu doar o simplă adaptare, temporară, la niște date specifice, ci o adevărată profilare pe anumite tipuri de produse, în cadrul aceleiași profesii. Tocmai de asemenea date sîntem tentați, uneori, să facem abstracție. De obicei, sînt absolutizate datele unui singur tip de experiențe sau de cazuri — cum vrem să le spunem. Se ajunge astfel, inevitabil, la o înțelegere arbitrară a design-ului, asemănătoare celei spre care antrenează folosirea termenului de artă, în accepțiunea sa cea mai generală. (Pictorul, muzicianul,

actorul sînt artiști, dar cîtă deosebire între ceea ce „practică“ fiecare!) E drept că unele zone ale design-ului nu au încă un statut bine precizat. Arhitecții și designer-ii își revendică deopotrivă domeniul construcțiilor și instalațiilor industriale. Avînd prin excelență caracter funcțional și fiind realizate din elemente prefabricate, s-ar părea că acestea țin, cu precădere, de domeniul design-ului. Dar, în ce măsură, dacă nu arhitectura de azi, cel puțin arhitectul mai este ceea ce era altădată? Nu cumva, chiar în cadrul pregătirii sale profesionale trebuie prevăzută și o anumită „deschidere“ spre design? Pentru eventualitatea unui răspuns afirmativ e necesar a fi prevăzută și o altă întrebare: cînd o construcție industrială poate fi considerată operă de arhitectură și cînd poate fi considerată formă „tip design“? Iar construcțiile industriale nu sînt singurele, fără îndoială, în condițiile cărora distincția dintre arhitectură și design se dovedește foarte greu de stabilit. Întrebarea noastră anterioară poate fi, deci, convertită și în alți termeni de data aceasta ceva mai generali: cînd arhitectul, prin ceea ce creează, se manifestă ca atare și cînd se manifestă ca designer?

Necesită precizări, așadar, însuși statutul profesional al designer-ului, deocamdată comparativ cu cel al arhitectului, însă continuînd șirul întrebărilor ivite va interveni, de asemenea, nevoia precizării lui comparativ cu statutul artistului plastic, cu statutul inginerului proiectant, cu statutul altor persoane ce manifestă preocupări asemănătoare. Desigur, cînd sînt abordate problemele design-ului la modul general, omul își dă mai greu seama de importanța noului specialist.

6. Statutul designer-ului, ca specialist, în prima jumătate a secolului XX

De fapt, ce este un designer? Formarea designer-ilor, ca specialiști, constituie în momentul de față obiectul unor ample și susținute dezbateri.

Există opinia, aflată de mai multă vreme în circulație, că a fi creator de forme industriale — expresie folosită la început ca echivalent pentru designer — nu constituie o profesiune care să comporte studii superioare, așa cum nu comportă, bunăoară, profesiunea de scriitor. Potrivit acestei opinii, pregătirea profesională a creatorului de forme industriale trebuie să fie cea necesară oricărui arhitect sau artist plastic, absolvent al învățământului superior de specialitate. Totuși, ulterior, cine își propune să devină creator de forme funcționale realizabile în tehnici industriale trebuie să se familiarizeze cu anumite probleme privind rezistența materialelor și tehnologiile fabricării diferitelor produse ce intră în sfera preocupărilor sale, cu anumite probleme de ergonomie și marketing, a căror înțelegere corectă condiționează, până la urmă, eficiența formelor nou create.

Dăinuie, în egală măsură, de câteva decenii, și o altă opinie referitoare la pregătirea profesională a designer-ilor. Ea a circulat mai ales printre inginerii și economiștii germani, după primul război mondial. Potrivit opiniei la care ne referim, pregătirea creatorilor de forme funcționale fabricate trebuie asigurată exclusiv în cadrul facultăților tehnice (e greu să devii „creator de forme industriale“ fără a poseda o pregătire inginerească). Completarea acestei pregătiri fundamentale cu o altă, „artistică“, sau oricum, „de profil“, nu poate fi considerată drept obligatorie în toate cazurile. Chiar introducerea anumitor cursuri „speciale“ pentru studenții dorind să lucreze eventual în domeniul creației de forme funcționale merită privită cu suspiciune. Apare limpede pentru oricine că, pe lângă dorința cuiva de a deveni creator de forme funcționale fabricate, mai este necesară și ceea ce se numește „vocație“. Iar „vocația“ creatorului de forme funcționale fabricate poate fi constatată doar după o îndelungată practică. Se cere însă ca fiecare inginer să aibă mereu vie conștiința inerentului aspect estetic plăcut al obiectelor funcționale moderne, produse industrial. De aceea, în cadrul cursurilor

de inginerie obișnuită, e nevoie să se insiste mai mult asupra „înfățișării plăcute“ a noilor produse, care le va garanta, în toate cazurile, succesul comercial. Partizanii opiniei ce o comentăm au în vedere mai mult domeniul construcției de mașini ori de componente ale mașinilor.

În *Principles in design* (London, 1979), W. H. Mayal insistă asupra influenței negative pe care a avut-o această orientare asupra dezvoltării design-ului în unele țări occidentale.

Alături de cele două opinii amintite, privind statutul creatorului de forme industriale, se mai cere consemnată încă una, reprezentativă pentru aceeași perioadă. Desigur, ecourile experiențelor întreprinse — îndeosebi la „Bauhaus“ — nu puteau fi, până la urmă, cu totul ignorate. Treptat s-a acceptat ideea că inginerul are nevoie să fie ajutat, într-o măsură mai mare sau mai mică, de către o persoană inițiată în „estetica formelor vizuale“, cunoscătoare a efectelor ce pot fi obținute cu ajutorul liniei, culorii, volumului, suprafeței. A apărut însă vechea întrebare: cine poate fi o asemenea persoană — artistul plastic sau arhitectul?

Până spre mijlocul secolului XX, creatorii de forme industriale au fost recrutați și s-au afirmat în spiritul uneia sau alteia dintre opiniile expuse anterior, la care nu se va renunța decât foarte lent, mai ales în anumite țări. Erău considerate suficiente voga vocație pentru „așa ceva“ în cazul inginerilor, studiile superioare de specialitate în cazul artiștilor plastici și arhitecților, iar, peste toate, interesul și bunăvoința fiecăruia.

Astăzi, scrutind drumul parcurs, greu poți înțelege cum au fost cu puțință realizări atât de spectaculoase pe baza unei concepții evident rudimentare cu privire la statutul profesional al celor care le-au obținut. Astfel, între 1920 și 1950 — perioada *styling*-ului înfloritor — numeroși ingineri, arhitecți, scenografi, artiști decoratori, pictori se profilează pe creația de forme industriale, adeseori fără să aprofundeze problematica

specifică respectivului domeniu. Cu toate acestea, pe lângă unele eșecuri, inevitabile oarecum, în Statele Unite, Germania, Anglia, Franța, Japonia, țările scandinave, ei ajung să obțină prestigioase succese. Așa se explică, probabil, de ce chiar în prezent multă lume e de părere că pictorii, sculptorii, artiștii decoratori ar putea ajuta industria ușoară, oferind pentru producție prototipurile unor obiecte funcționale mai frumoase. N-ar trebui uitat totuși că problemele pe care le are de rezolvat astăzi creatorul de forme industriale sînt cu totul altele decît cele cu patru sau cinci decenii în urmă; neavînd o pregătire de strictă specialitate, pictorul, sculptorul, artistul decorator sau arhitectul, deveniți creatori de forme industriale, cu dificultate le vor putea face față.

Analizînd cazurile cele mai cunoscute, din perioada la care ne referim, rezultă că problema „recrutării” creatorilor de forme industriale nu s-a putut pune niciodată în mod exclusivist: ori artiștii plastici, ori arhitecții. Atît dintre arhitecți, cît și dintre artiștii plastici s-au afirmat numeroși creatori de forme funcționale ale căror nume constituie puncte de referință în istoria design-ului. Cu toții au trebuit să treacă însă printr-un dificil proces de adaptare la exigențele producției industriale. Într-adevăr, constrîngerile la care se supune designer-ul nu pot fi comparate cu cele acceptate de către slujitorii „artelor libere”. Ca designer, depinzi, atunci cînd urmărești să obții o formă nouă, nu numai de datele la care te obligă funcționalitatea obiectului respectiv, dar și de anumiți factori „indirecți”, cum ar fi dotarea tehnică a întreprinderii ce urmează a realiza produsul, posibilitatea aprovizionării acesteia cu materialele necesare, gustul estetic al celor interesați să cumpere produsul etc.

Deoarece arhitecții, prin însuși specificul artei ce o slujesc, par mai obișnuiți cu asemenea constrîngerî, s-a crezut o vreme — cînd nu se instituționalizase încă învățămîntul superior de design — că dintre ei trebuie „recrutați” cu prioritate creatorii formelor industriale.

De bunăseamă, arhitectura și design-ul sînt, intrucitva, domenii apropiate. Este firească, prin urmare, „deschiderea” arhitecților spre design, iar cîteodată a designer-ilor spre arhitectură. Ca și designer-ul, arhitectul nu poate face abstracție de funcțiunile formei pe care o creează. Ca și designer-ul, arhitectul nu poate face abstracție de costul „produsului”, trebuind să evite orice cheltuieli inutile. Ca și designer-ul, arhitectul caută să instaureze, prin forma creată, nu numai un plus de frumusețe, dar și un plus de confort în viața oamenilor. Fără îndoială, enumerarea punctelor de apropiere dintre arhitectură și design ar putea fi mult continuată. Intervin însă și destule deosebiri. Una, foarte importantă, a fost semnalată anterior: forma arhitecturală — edificiul — are un statut existențial diferit de cel al obiectelor, deși într-un sens foarte vag, mai mult metaforic, e asimilată obiectelor. Ea se cere concepută întotdeauna doar pentru a oferi „adăpost”, iar nu și pentru a fi „adăpostită”, ca în cazul majorității obiectelor. Cîeva obișnuit să „gîndească” formele „la scara edificiilor” numai depunînd serioase eforturi va ajunge să le „gîndească”, în mod corect și „la scara obiectelor”. Printre alte deosebiri fundamentale dintre arhitectură și design merită reținută și aceea referitoare la faptul că formele arhitecturale — cel puțin în ipostaza lor clasică, la care se fac de obicei majoritatea referirilor — se realizează după principiul *edificării* sau *clădirii*, cum vrem să spunem, pe cînd formele funcționale fabricate se realizează după principiul *modelării*, prezentînd sub acest aspect un mai mare grad de înrudire cu artele plastice și decorative. Cînd formele funcționale fabricate sînt concepute după principiul edificării, deși transpunerea proiectului în material urmează a fi realizată prin modelare, asistăm la apariția unor produse eclectice.

După ce au început să se cristalizeze anumite criterii obiective de apreciere estetică a produselor utilitare fabricate, atari inconsecvențe nu mai puteau fi ignorate. Formele funcționale, proiect-

tate de către anumiți arhitecți care nu reușesc să „gindească“ la scara obiectelor, întâmpină — încă din perioada interbelică, — serioase rețineri, poate mai puțin din partea cumpărătorilor, cît din partea cunoscătorilor. La o analiză atentă, reiese că ele nu-și găsesc locul firesc într-un ambient uman coerent; ca prezențe, deranjează, fără să poată fi apreciate drept urite; în jur nu mai suportă nimic altceva, șocînd întotdeauna printr-o rigiditate exagerată. Atari eșecuri, cu totul ne semnificative față de aportul general al arhitecților la creația de forme funcționale preluate pentru producția industrială în serie, par a fi îndreptățit, atunci, convingerea că, orice s-ar spune, artiștii plastici „gîndesc“ mai bine la scara obiectelor; deci, dintre ei trebuie preferați creatorii de forme industriale. Succesele obținute în perioada interbelică de către unii pictori, sculptori, scenografi, ceramiști „reprofilati“ pe creația de forme industriale au consolidat mult prestigiul acestei convingeri.

Fără îndoială, prin eforturi susținute, cineva care are vocație, nutrește pasiune și posedă cultura estetică necesară — indiferent de formația sa — arhitect sau artist plastic — poate să devină un autentic designer.

Pînă spre mijlocul secolului nostru, astfel s-au format toți designer-ii. Însă, pe măsură ce gama produselor industriale se diversifică, iar seriile de forme se succed într-un ritm tot mai trepidant, devine evidentă necesitatea reconsiderării vechilor convingeri cu privire la formarea designer-ilor.

7. Învățămîntul contemporan de design

Tipul de designer, oricum, amator — pregătit inițial pentru a se afirma ca artist plastic sau arhitect, ajuns să lucreze în industrie — tot mai greu poate face față acum problemelor nou apărute. E nevoie de o anumită pregătire științifică, pe care nu a avut unde s-o primească. E nevoie de o anumită inițiere în diverse probleme tehnice.

E nevoie de o anumită cultură economică. Se mai cere și să fii informat „la zi“ despre noutățile ce ar putea să-și găsească aplicabilitate în domeniul ce te interesează. Chiar efectele de „linie“, „culoare“, „suprafață“, „volum“ utilizabile în cadrul compoziției vizuale a obiectelor funcționale fabricate ajung să nu mai poată fi exploatare după cum îți dictează „flerul“ sau „inspirația“. Trebuie ținut seama de „adevărurile“ psihologice. Trebuie ținut seama de diverse „legi“ ergonomice. Trebuie ținut seama de rezultatele cercetărilor sociologice și economice întreprinse pentru a cunoaște dacă noul produs interesează populația, dacă el are șanse de succes comercial. Marile firme profilate pe producția de diferite obiecte funcționale au în dotarea întreprinderilor producătoare laboratoare complexe unde fiecare element din componența noului produs este analizat, studiat, testat.

Pe fondul unor asemenea realități, în perioada imediat următoare celui de-al doilea război mondial, se instituționalizează învățămîntul superior de design. Evident, „școlile“, facultățile, institutele sau „academiile“ nou înființate pot asigura mult mai lesne (bineînțeles, sub o îndrumare competentă), însușirea celui minimum de cunoștințe, deprinderi, experiență fără de care nu se mai poate iniția practicarea cu succes a noii profesii; sînt așa-zisele studii de *basic design*. Noile „unități școlare“ pot asigura, de asemenea, mult mai eficient, însușirea acelor elemente de cultură științifică, tehnică și artistică indispensabile, deopotrivă, afirmării cuiva ca designer, în condițiile dezvoltării vertiginoase a industriilor de bunuri utilitare diverse. Desigur, nimănui nu-i va fi suficient pentru ceea ce va avea de făcut doar volumul cunoștințelor însușite în timpul anilor de studii, dar fără o asemenea pregătire fundamentală formarea viitorului specialist devine de neconceput.

În aceste împrejurări, deceniile șase și șapte ale secolului XX marchează, pretutindeni, trecerea de la „perioada eroică“, atunci cînd designer-ul trebuia să se autoformeze, la cea a pregătirii lui

instituționalizate, corespunzător noilor cerințe ale dezvoltării diferitelor economii naționale. Potrivit datelor conținute într-o lucrare de popularizare a preocupărilor ce constituie obiectul comentariului nostru, pe care Denis Huisman și Georges Patrice au publicat-o la Paris în 1965, *L'esthétique industrielle*, la ora respectivă majoritatea țărilor industrializate din lume pregăteau designer-ii prin intermediul diferitelor „școli“, facultăți, institute sau „academii“. Ceva mai târziu, au luat ființă și la noi secții de profil pe lângă institutele de arte plastice din București și Cluj.

Cu toate deosebirile de concepție și organizare existente, pretutindeni se urmărește însușirea acelorași materii principale. Studiul texturilor, structurilor, a efectelor de culoare și de volum — în general studiul compoziției formelor vizuale, insistându-se, când e cazul, asupra acordului necesar dintre formă și funcțiune — alcătuiesc primul „pachet“ de discipline predate în orice „școală“ de design. Bazele proiectării privesc un alt „pachet“ de discipline predate. Studiul desenului artistic ocupă, de asemenea, un loc foarte important. Dintre disciplinele teoretice, istoria artelor plastice și decorative, istoria arhitecturii și design-ului, estetica, psihologia formelor, ergonomia, marketing-ul nu lipsesc, nici ele, din programele analitice. Un alt „pachet“ de discipline predate urmărește cunoașterea de către student a principalelor probleme privind proprietățile materialelor utilizate în construcția formelor funcționale fabricate și tehnologiile de prelucrare industrială existente. Se caută, pe toate planurile, îmbinarea armonioasă a pregătirii teoretice, pe care studentul trebuie să o primească, cu cea practică, a pregătirii artistice cu cea tehnică. Temele de atelier au drept scop, pe lângă studiul aprofundat al efectelor de linie, culoare, suprafață, volum, textură, structură, simetrie, ritm și formarea anumitor deprinderi practice privind proiectarea formelor sau transpunerea în material a proiectului. Fiecare temă abordată vizează totodată cultivarea fanteziei creatoare

și a celui „simț“ al noutății, definitoriu pentru adevărata vocație a designer-ului.

Desigur, dincolo de ceea ce caracterizează pretutindeni învățămîntul de design, intervin deosebiri în ponderea acordată diferitelor discipline formative. Există „școli“, institute, „academii“ ce acordă mai multă importanță unora dintre disciplinele sau „pachetele“ de discipline la care ne-am referit. Există „școli“, institute, „academii“ de design ce acordă mai multă importanță altora.

În general, pot fi distinse două mari orientări. De fapt ele își au temeiurile în aceeași veche dilemă: să optezi pentru creatorul de forme industriale pregătit inițial ca arhitect ori, eventual, inginer, sau pentru cel pregătit inițial ca artist plastic? Prima orientare are la bază convingerea că designer-ul pregătit într-o formă de învățămînt superior trebuie să dispună, cu prioritate, de o solidă cultură tehnică și să știe a proiecta corect produsul. Ea predomină în cadrul învățămîntului de design tutelat de către institutele tehnice sau cele de arhitectură. A doua orientare are la bază convingerea că designer-ul trebuie să fie înainte de toate un om de gust și cu o bogată cultură artistică, „știind“ să conceapă produsul ca prezență vizuală ce se înscrie firesc într-un sistem coerent de forme — cele proprii momentului actual.

După cum e lesne de înțeles, prima orientare promovează tipul de designer avînd o solidă pregătire tehnică și economică stăpînind bine tehnicile proiectării, ceva mai ușor adaptabil la specificul activității industriale, totuși prea mult tentat să ignore faptul că formele funcționale se realizează prin modelare, iar posibilitățile lor de expresie estetică trebuie înțelese dintr-o asemenea perspectivă. Se resimte aproape întotdeauna negativ, la acest tip de designer, lipsa unei culturi „plastice“ temeinice. A doua orientare aduce în discuție tipul de designer avînd o solidă cultură artistică, un gust estetic sigur, deprins să gîndească forma obiectului funcțional după principiul modelării, dar care prezintă alte neajunsuri. Un asemenea

designer — format în condițiile școlii unde predomină disciplinele artistice plastice, cea funcționând pe lângă „academiile de profil” — este de obicei dispus să ignore funcțiunile obiectului de dragul soluțiilor reușite, pline de fantezie, sub aspect vizual, ce pot obliga totodată întreprinderea la adaptări tehnologice costisitoare, la reorientări inutile ale aprovizionării cu materiale; el se adaptează, de aceea, parcă, ceva mai dificil cerințelor producției industriale. Totuși, după o anumită practică în industrie, intervine, atât în primul caz, cât și în al doilea, fenomenul de adaptare firească la exigențele fundamentale ale acesteia.

Care dintre cele două orientări ale învățămîntului de design ar fi preferabilă? Cînd, pe lângă pregătirea în cadrul instituției de învățămînt superior frecventate, omul dispune și de ceea ce se numește vocație pentru asemenea activitate, atunci evident ne va fi greu, dacă nu imposibil, să formulăm un răspuns categoric. În orice caz, creatorul de forme funcționale fabricate lipsit de cultură artistică se dovedește tot atât de puțin preferabil ca și cel lipsit de cultură tehnică sau economică. Dovada o putem găsi în atâtea produse industriale aflate pe piață, care nu reușesc să rețină atenția cumpărătorului.

De bună seamă, a fi designer nu înseamnă a te pricepe la toate. Există designer-i profilați pe creația de obiecte funcționale, cel mai adesea produse la scară industrială, ce pot lucra individual; forma proiectată nu presupune o asistență tehnică de specialitate, hotărîtoare. Există însă și designer-i profilați pe creația de forme funcționale complexe — instalații industriale, agregate, mașini, aparatură sofisticată — ce presupune întotdeauna *munca în echipă*. De data aceasta, designer-ul este dublat de grupul inginerilor specializați în diversele funcțiuni ale respectivei instalații, agregate sau mașini. Cînd intervine problema produselor ce urmează a fi obținute la scară industrială, se realizează întii *prototipul* — adică exemplarul prim, cel după care urmează a fi produsă seria. Față de creatorul sau creatorii

prototipului, întreprinderea ce preia pentru producția industrială noul obiect își asumă o seamă de obligații. Prima — și cea mai importantă — se referă la respectarea întru totul a datelor tehnice și estetice ale prototipului. A doua dintre obligațiile întreprinderii producătoare este aceea de a recunoaște calitatea de creator al prototipului pentru designer-ul sau echipa ce l-a realizat.

8. Avatarurile unei profesii

Ceea ce apare interesant în cazul profesiei de designer este seducția pe care ea a început s-o exercite de mai multe decenii încoace, probabil datorită tocmai faptului că inițial nu se puneau problema unei pregătiri serioase, dobîndite prin studii superioare. S-a creat astfel impresia că oricine dorește și ajunge în situația de a se afirma ca atare poate deveni designer, dorința și conjunctura favorabilă fiind considerate elemente esențiale.

Mai ales atunci cînd nu se înțelege bine importanța noii profesii, slujitorii acesteia ajung să fie recrutați — chiar și astăzi — dintre ingineri, arhitecți, pictori, sculptori, artiști decoratori ori simpli artizani. Evident, pe planul producției industriale de forme funcționale consecințele unei atari situații, atunci cînd ea se creează, nu pot fi decît dăunătoare.

Din cele prezentate pînă acum ar putea rezulta falsa impresie că design-ul reprezintă un tărîm pașnic, unde, fiecare văzîndu-și de treburile lui, progresul se realizează de la sine. În realitate, lucrurile nu stau deloc așa. Inițial, acei eroici creatori de forme industriale, mai tîrziu designer-ii, pregătiți ca atare în instituții de învățămînt superior, au fost și sînt supuși la diverse presiuni din exterior. Ele își au explicația în dificultățile pe care le întîmpină întreprinderile cînd se profilează pe orice produs nou. E nevoie atunci de anumite investiții, iar „lupta” cu designer-ul

urmărește ca volumul acestor investiții să nu fie prea mare, necesitînd cheltuieli greu de suportat. Produsul trebuie, deci, astfel proiectat încît să nu necesite investiții prea mari, dar să asigure, pe cît posibil, beneficii importante. În aceeași ordine de idei, intervine și problema concesiilor care ar putea fi, eventual, făcute gusturilor estetice ale clientelei. Dacă o anumită „înfățișare“ a obiectului „face“ ca el să se bucure de succes comercial, puțin îl interesează pe omul de afaceri faptul că elementele componente ale formei nu se asamblează logic. S-ar putea găsi aici una din multele explicații ale faptului că, deși astăzi, în cadrul întreprinderilor industriale de profil, lucrează numeroși designer-i talentați, pe piață se găsesc, pe lângă produsele reușite, și altele care impresionează neplăcut. Jacques Viénot, în *La République des Arts* arăta că experiența culturală acumulată deja pînă la apariția respectivului volum (1941) oferea suficient material pentru un adevărat „muzeu al ororilor“. Un asemenea muzeu, dacă ar lua ființă, ar putea să-i ajute, pe cei interesați, să înțeleagă cum prostul gust se manifestă și la nivelul producției bunurilor de cea mai vastă utilitate. Ideile lui Jacques Viénot cu privire la caracteristicile prostului gust industrial își păstrează încă întreaga actualitate și în contextul dezbaterii noastre despre design. Esteticianul francez considera că, printre notele caracteristice prostului gust e necesar să fie reținute următoarele:

„— *Pretenția*, sub toate formele: afișarea ostentativă a unei preținse bogății, a unei preținse frumuseți, a unor preținse trăiri, a unui pretins umor.

— *Exagerarea*, sub toate formele: complicarea, emfaza, inzorzonarea, scilifoseala, afectarea, infatuarea.

— *Suprasolicitarea calității de draguț*: exploatarea, cu precădere, a tehnicilor poleielii, în detrimentul celor ale liniei, culorii, simetriei.

— *Pretinsa virtuozitate, pompierismul*.

— *Erorile de atribuire*: sentimente, ornamente, atribute, detalii prost plasate, prost însușite, sau de inspirație inferioară.

— *Erorile de tact*: suprasolicitarea efectelor de contrast, lipsa de armonie...

— *Natura inferioară a modului de tratare*: vulgaritate, mediocritate, caracter mic-burghez etc.“*

În continuare, Jacques Viénot adaugă: „Aceste caracteristici ale prostului gust pot fi combinate sau nu cu alte defecte care ele singure sînt insuficiente însă pentru catalogarea operelor sau obiectelor examinate drept de „prost gust“, cum ar fi defectele de construcție, proporționarea stîngace, simplismul formei, naivitatea ei etc.“

Din acest punct de vedere, designer-ul autentic nu trebuie niciodată confundat cu insul căruia i s-a întîmplat să nimerească forma adecvată unui produs. Noul specialist se definește, înainte de toate, ca persoană conștientă de importanța socială a fiecărei forme funcționale pe care urmărește s-o realizeze; obiectele produse în serie, după prototipul creat de designer, sînt chemate să introducă un plus de confort, un plus de frumusețe, dar și un plus de ordine în viața a milioane de oameni. Respectivetele obiecte vor trebui, prin urmare, să corespundă devenirii generale a gusturilor estetice, aspirațiilor nutrite de către cei în posesia cărora, pînă la urmă, e necesar să ajungă. Respectivetele obiecte vor trebui, prin urmare, să se înscrie firesc printre celelalte lucruri din preajma omului.

Tocmai un atare adevăr este ignorat atunci cînd se consideră design-ul drept o meserie oarecare ce poate fi însușită fără dificultate prin frecventarea anumitor cursuri și efectuarea anumitor exerciții de către oricine dorește și consideră că are vocație. Cîteodată se merge pînă acolo încît preocupările de design ajung să fie trecute în

* Jacques Viénot, *La République des Arts*, Paris, Horizons de France, 1941, pag. 101.

categoria *hobby*-urilor, organizându-se, pentru cei interesați, diverse „cercuri de amatori“, cluburi, expuneri în cadrul „universităților populare“. Astfel, mai mult decât în orice alt domeniu, în design diletantismul poate să devină periculos. Cu asemenea creatori improvizați de forme industriale nu se poate ajunge la îmbunătățirea calității funcționale și estetice, corespunzător gradului de civilizație actual, a produselor industriale de vastă utilitate. Diletantul, plin de bunăvoință, nu va fi niciodată în măsură să înlocuiască omul de înaltă cultură și de mare răspundere, profund cunoscător al problematicii obiectului funcțional ce urmează a fi lansat pe piață, care este designer-ul. Chiar atunci când la conceperea și proiectarea produsului participă și alți specialiști, constituind împreună cu designer-ul o singură echipă, acestuia din urmă îi revine totuși principala răspundere. El asigură acele conexiuni necesare între toți factorii, de mai mare sau mai mică importanță, implicați în creația noului produs.

Dacă designer-ul nu poate fi conceput doar ca simplu practician — persoană ce-și cunoaște bine meseria — fiindu-i necesară o temeinică pregătire teoretică, e adevărat însă că numai orizontul cultural vast al cuiva, gustul său estetic ireproșabil nu sînt suficiente, nici ele, pentru afirmarea noului specialist. Poate sub influența ecourilor „esteticii industriale“ franceze, ce se pretindea o știință practică și teoretică, tehnica și artistică totdată, preocupările de design ajung uneori să se manifeste mai mult în sferele vieții mondene. De bună seamă se poate discuta patetic despre aspectul estetic al produselor funcționale fabricate, aflate pe piață, subliniindu-se caracterul nobil al tuturor încercărilor de izgonire a uritului din viața cotidiană. Dar prin asemenea discuții nu se rezolvă problemele concrete privind îmbunătățirea calității produselor industriale. Se impune astfel necesitatea unor intervenții concrete la nivelul tuturor acelor factori ce determină apariția noilor produse funcționale de calitate superioară. Deși are datoria să fie permanent

informat în legătură cu cele mai reușite produse existente pe piața internațională, în legătură cu cele mai recente tendințe care se manifestă în creația de forme industriale, designer-ul rămîne prin excelență specialistul a cărui activitate are caracter practic.

Nu începe îndoiială, lumea de astăzi se află încă în căutarea unei înțelegeri cît mai corecte a profesiunii de designer și a statutului ce trebuie recunoscut noului specialist.

9. Încercare de sinteză

După cum ne-am putut convinge, ca fenomen estetic specific civilizației contemporane, design-ul aduce în discuție multe probleme complicate. De aceste probleme, nu numai la noi, dar pretutindeni pînă acum, estetica prea puțin s-a ocupat. Faptul trebuie avut în vedere atunci cînd căutăm să reținem — într-o încercare de sinteză — principalele caracteristici ale design-ului. Desigur, la ceea ce David Pye consideră drept trăsături definitorii ale design-ului nu se poate renunța. „Definiția“ design-ului, stabilită de către autorul englez, are însă nevoie de numeroase precizări suplimentare.

Prima precizare se referă la înțelegerea design-ului ca sistem de obiecte preponderent funcționale, produse cu mijloace tehnice perfecționate, unicat sau în serie, la nivelul cărora utilul fuzionează cu esteticul, în condițiile unei forme capabile să încante privirea, fără a exploata, în vreun fel, efectele de ornament sau decorațiune.

Termenii „obiect“ și „formă“ trebuie atent reținuți. Design-ul poate fi înțeles ca sistem de obiecte — sau de forme — la nivelul cărora funcționalul și esteticul fuzionează. Dincolo de forme, intervin, însă, „materialele“, care pot fi produse, de asemenea, cu mijloace tehnice perfecționate, adeseori la scară industrială, dar au un statut diferit. Materialele din care se realizează formele

„tip design“ pot poseda ele însele anumite calități estetice. Se poate spune, deci, că și la nivelul lor utilul fuzionează cu esteticul. Totuși, materialele — chiar cînd sînt obținute prin procedee industriale — nu țin de domeniul design-ului. Pentru ele nu se pune niciodată problema unei concepții, a unei intenții și a unui anume proiect de a le obține ca forme suficiente lor însele, atît sub aspect funcțional, cît și estetic. Ne putem referi, de pildă, la cazul materialelor textile. Imprimeurile, contexturile diverse, împletiturile realizate industrial apar cu totul în altă ipostază decît produsele tip „design“. Ele urmează a fi folosite în construcția altor forme, singurele care vor putea să aibă, eventual, tangențe cu design-ul. De asemenea, modulii de ceramică, sticlă ori metal, chiar dacă se prezintă ca forme estetice relativ autonome, întrucît destinația lor este de a fi folosiți ca material la construcția unor forme mai complexe, doar anevoie îi putem considera drept produse „tip design“. Cînd sînt utilizate expresii de tipul „design-ul contexturilor“, „design-ul imprimeurilor“, „design-ul produselor ceramice întrebuințate în arhitectură“, acestea privesc accepțiunea de *compoziție vizuală* ce o are, printre altele, termenul englezesc în discuție. După cum am mai avut ocazia să arătăm, termenul de design s-a impus în vocabularul estetic internațional cu o semnificație mult mai precisă decît cea pe care o poseda în limba engleză, desemnînd exclusiv formele produse industrial, capabile să impresioneze estetic la nivelul inerentei lor geometrii, pe linia celor menționate anterior. Autorii englezi îl folosesc însă, adeseori, cu sensurile sale multiple. Așa, de exemplu, Philippe Garner, în *The contemporary decorative arts — from 1940 to the present day* (London, 1980), vorbește pe larg despre „Silver and metal work“, „Ceramics“, „Jewellery design“, „Glass design“, „Textile design“, „Fashion design“, „Industrial design“, „Graphic design“, acordînd cuvîntului, de la caz la caz, sensuri diferite.

A doua precizare în legătură cu definiția pe care David Pye o propune pentru design privește faptul că formele din sistemul acestuia posedă, întotdeauna, deplină autonomie funcțională și estetică. Utilitatea și frumusețea unei forme „tip design“ nu depind niciodată de locul unde ea este amplasată, montată, instalată, așa cum se întîmplă în cazul majorității formelor artistice decorative. Utilitatea și frumusețea unei forme „tip design“ nu depind nici de raporturile acesteia cu alte forme mai complexe, așa cum se întîmplă în cazul tuturor pieselor vestimentare care numai raportate la datele corpului unei anume persoane pot încînta privirea. Deci, fenomenul contemporan al design-ului se cere înțeles exclusiv în condițiile formelor obținute potrivit unei concepții clare, în conformitate cu o intenție explicită și pe baza unui proiect riguros întocmit, forme funcționale și frumoase totodată, posedînd deplină autonomie. În completare, se poate spune, desigur, că în condițiile unor asemenea forme „părțile componente“ vor trebui să se coreleze geometric pe linia rezultatului urmărit, iar materialele și structurile la care se apelează vor trebui să corespundă tuturor solicitărilor posibile, potrivit, de asemenea, respectivei destinații. Are dreptate, fără îndoială, David Pye, și cînd consideră drept caracteristică pentru design preocuparea realizatorilor obiectului ca acesta să fie cît mai ușor de întrebuințat, manevrat, manipulat, să ofere maximum de confort și randament posibil la momentul respectiv, să necesite minimum de cheltuieli — atît pentru producere, cît și pentru funcționare ori întreținere.

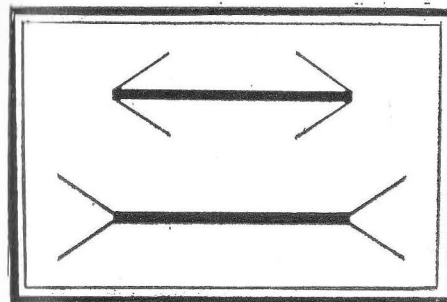
În completarea ideilor lui Pye se impune o a treia precizare. Ea privește relativa perisabilitate a obiectului „tip design“; el este conceput pentru a corespunde unor nevoi ale momentului și pentru a plăcea acum. Dacă mîine pretențiile vor spori și se vor crea condițiile realizării unui produs superior, designer-ii vor trebui să procedeze la proiectarea acestuia. Dacă mîine forma concepută în lumina gustului estetic actual nu va mai avea căutare, avînd în vedere și noile posi-

bilități tehnice de realizare a unui produs superior, designer-ii vor trebui să conceapă alta.

A patra precizare în completarea definiției design-ului propusă de către David Pye privește caracterul „democratic“ al formelor din sistemul design-ului. Design-ul e de neconceput pe linia unor obiecte ce-și propun să fie cât mai scumpe și cât mai rare, așa cum se întâmplă atunci când este vorba despre formele din sistemul artei. El presupune întotdeauna obiecte prin definiție accesibile marilor mase de cumpărători, datorită faptului că pot fi realizate cu mijloace tehnice perfecționate, la scară industrială și din materiale necostisitoare. Constituie, indiscutabil, o trăsătură a obiectului „tip design“ — ce trebuie notată deci — *modicitatea prețului*.

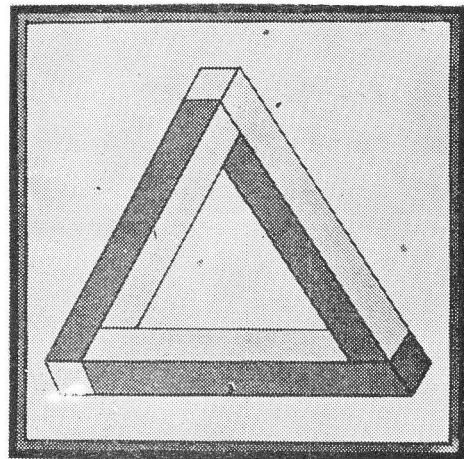
Legat tocmai de aceste trăsături ale design-ului, trebuie înțeles rolul noului specialist — designer-ul. Spre deosebire de artist, care creează neconstrins de nici un fel de exigențe funcționale, designer-ul este obligat să conceapă formele în funcție de tehnologiile existente, de dotările întreprinderilor ce realizează produsele proiectate, de posibilitățile acestora în ce privește aprovizionarea cu materiale. Acceptarea, lansarea și promovarea noilor forme depind însă, pretutindeni, și de numeroși alți factori ce nu fac obiectul prezentei dezbateri.

1. PERCEPÉREA VIZUALĂ A FORMELOR. DISTORSIUNI CU MOTIVAȚIE OPTICĂ ȘI DISTORSIUNI CU MOTIVAȚIE AFECTIVĂ.

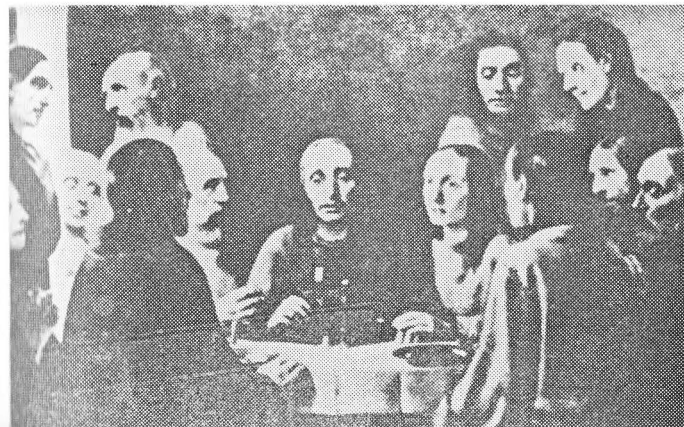


1. Săgețile Müller-Leyr. Ele au în realitate aceeași lungime, deși cea având capetele terminate în „V“ pare mai mare.

2. Triunghiul lui Penrose — ajustaj imaginar din birne pătrate.



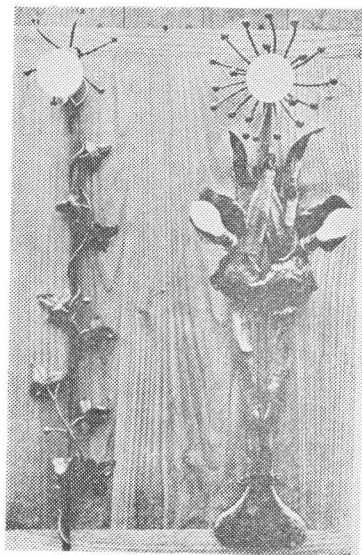
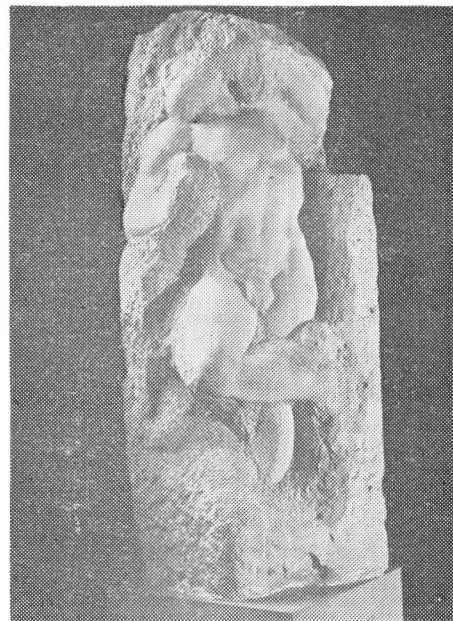
3. Fals executat de H. van Meegeren. Pînă a nu fi descoperit ca atare, tabloul era considerat una dintre operele valoroase ale lui Vermeer. Acum ne face doar să zîmbim.



4. Când, în vestimentația feminină, moda „mini“ atinsese apogeul, a purta „lung“ era considerat semn sigur al lipsei de gust. Apoi lucrurile s-au inversat. Forma în sine a rămas aceeași, dar atitudinea față de ea s-a schimbat complet.

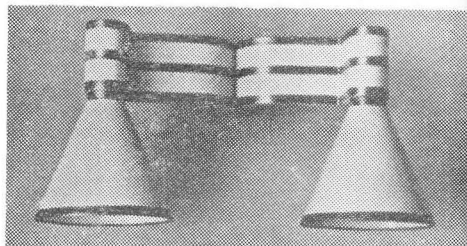


II. ARTĂ ȘI NON-ARTĂ. SITUAȚII ARTISTICE ȘI SITUAȚII ESTETICE EXTRA-ARTISTICE.



5. O lampă electrică de perete care la începutul secolului XX constituia expresia modernității, însăș.

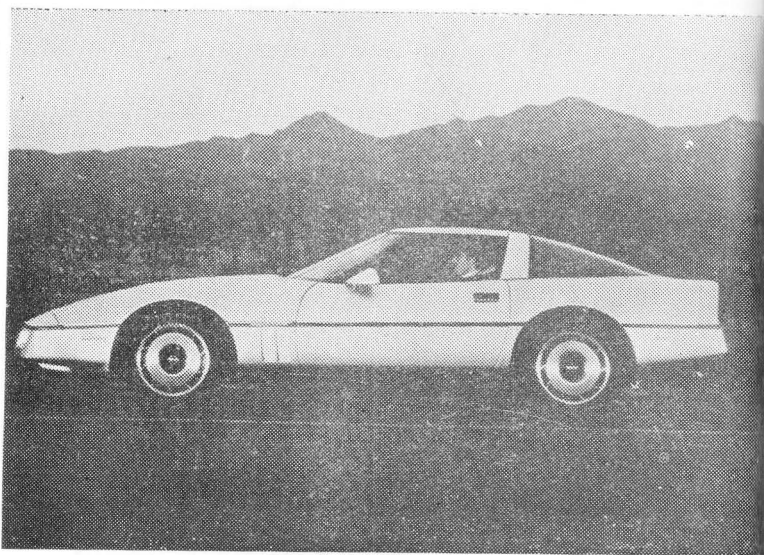
6. În 1930 era considerată modernă o lampă electrică de perete în genul acesteia, formele specifice artei „1900“ fiind căzute în desuetudine.



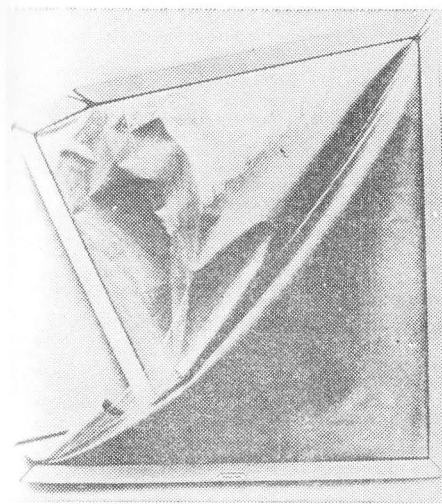
7. Una din sculpturile lui Michelangelo — *Slav* — rămasă neterminată.

8. Vas antic grec, de ceramică — formă decorată prin pictare. (sec. VI î.e.n.)

. Traistă de purtat pe umăr — obiect artizanal contemporan. Oricît ne-ar „plăcea“, nu-l putem considera operă de artă.



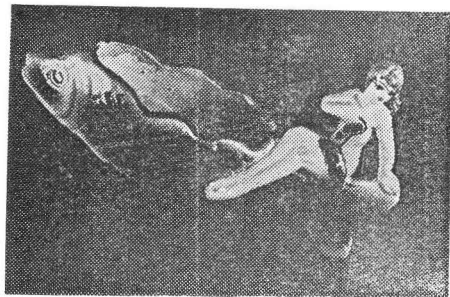
10. Automobil marca „Chevrolet Corvette“. Obiect industrial, produs în serie, ce poate fi apreciat ca frumos fără să fie totuși operă de artă (1984).



11. Pieter Engels: *Tablou prost construit* (1967). Calitatea de operă de artă a lucrării este mai puțin evidentă, chiar dacă specialiștii o garantează; tocmai de aceea ea poate fi contestată.

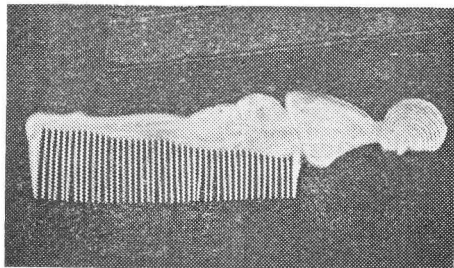
12. Bruce Lacey: *Baby versu Man* (1962). Artă sau non-artă?



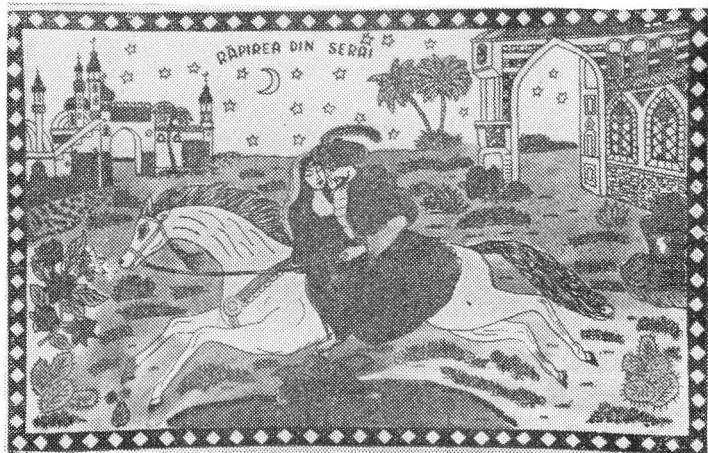


13. Un caz de non-artă evidentă: scrumieră kitsch.

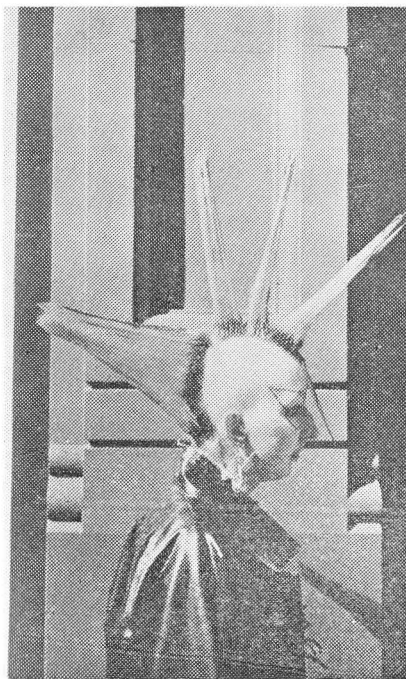
14. Un obiect utilitar care nu are nimic comun nici cu artele decorative, nici cu „arta industrială“, nici cu design-ul. El aparține, prin excelență, kitsch-ului.



15. „Pictura“ nepictură care ține de domeniul kitsch-ului.



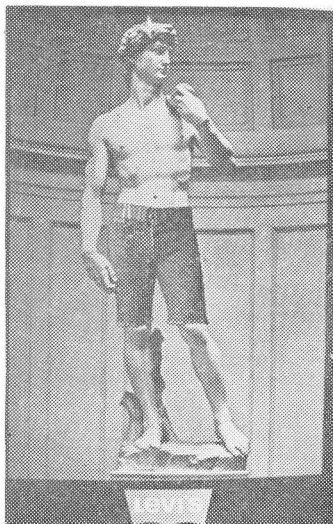
16. „Felicitare“ exprimată în material ceramic. Pe verso scrie: „Îți urez ca măcar una dintre dorințele tale să se îndeplinească“.



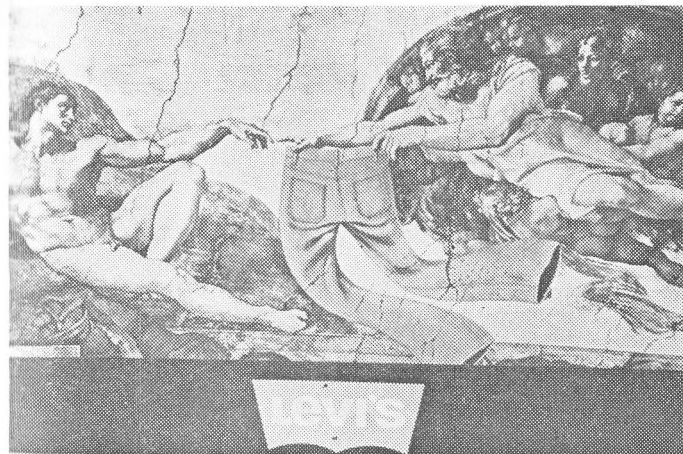
17. vestimentație sau costumație? În orice caz, este vorba despre altceva decât artă. O adeptă a modei „punk“.



18. O participantă la festivalul anti-modei (Los Angeles, 1979). Însăși denumirea manifestării ne obligă să înțelegem îmbrăcăminte purtată ca excluzându-se nu numai din sferile artei, ci și din cele ale vestimentației de bun gust.

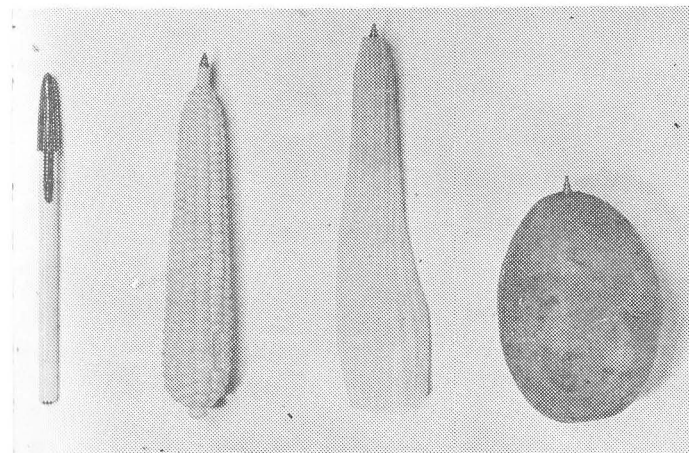


19. Reclamă pentru unul din produsele firmei „Levi's”. Concomitent: profanare a artei și negare a design-ului.

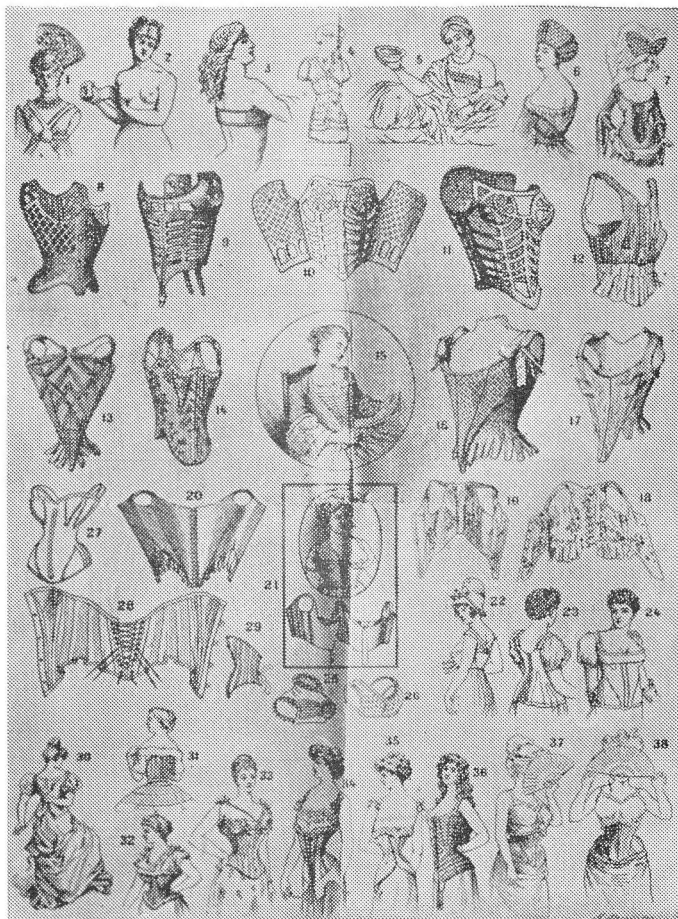


20. Design de comunicații vizuale sau kitsch?

21. Când spectacolul facil al formei obiectului îi afectează funcționalitatea, granița dintre kitsch și design se dovedește insesizabilă.



III. VESTIMENTAȚIA — UN ASPECT RELEVANT PENTRU EXPANSIUNEA CÔNTEMPORANĂ A ESTETICULUI.

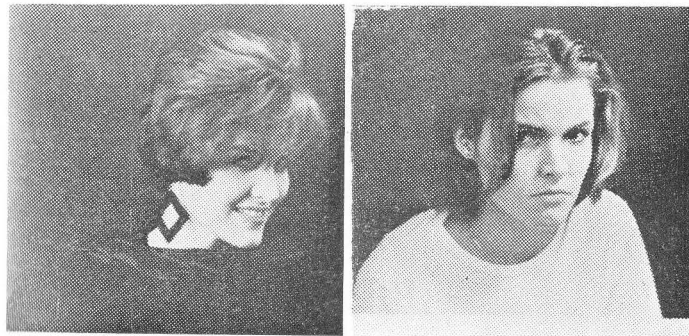


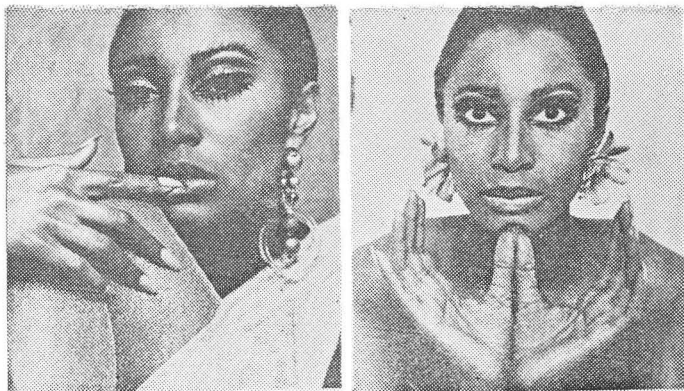
22. Corsetul de-a lungul istoriei. Abia în secolul XX s-a renunțat la el.



23. Prin machiaj pot fi ascunse vederii defecțiunile de „compoziție plastică” a feței; pot fi puse în valoare anumite elemente de ordin expresiv, se pot accentua și armoniza calitățile existente cu întreaga ținută.

24. Posibilități de expresie estetică diferite, obținute, în cazul aceleiași persoane, prin coafură și machiaj.





25. Podoabele artistice presupun și ele importante efecte ce pot fi folosite pentru impunerea spectacolului oferit de persoana vestimentată.



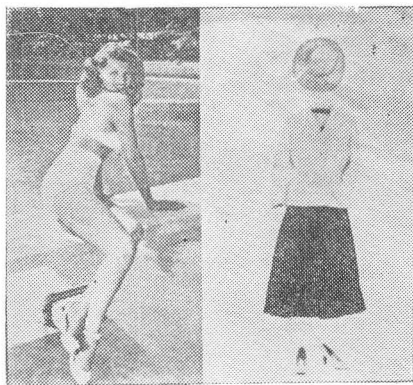
26. Greta Garbo în *Dama cu camelii* (1936).

27. Canonul de frumusețe feminină la modă, din jurul anului 1900, poate fi ilustrat de una dintre „mondenele vremii”: frumoasa Otéro—158 cm. înălțime; circumferința bustului: 95 cm.; talia: 44 cm. (obținută încă cu ajutorul corsetului); circumferința șoldurilor: 95 cm. Croiala corijează natura.

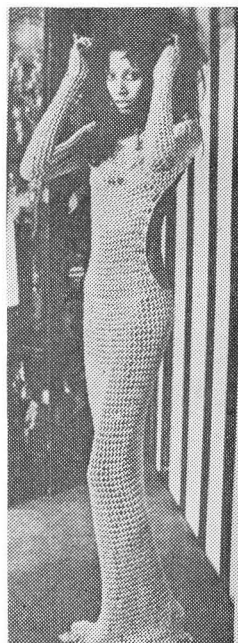


28. În 1930 canonul de frumusețe la modă poate fi ilustrat de Joséphine Baker — 170 cm. înălțime; circumferința bustului: 82 cm; talia: 58 cm.; circumferința șoldurilor: 87 cm.; greutate: 56 kg. Se impune silueta feminină sportivă, „bine făcută” și dinamică al cărei nonconformism în materie de gestică, atitudine, mers trece drept fermecător.

29. 1947. Caz reprezentativ pentru noua linie a modei: Rita Hayworth — 168 cm. înălțime; circumferința bustului: 90 cm.; talia: 60 cm.; circumferința șoldurilor: 90 cm.; greutate: 57 kg.



30. Printre celebritățile ce consacră moda „mini“ figurează și Audrey Hepburn — 171 cm. înălțime; circumferința bustului: 80 cm.; talia: 55 cm.; circumferința șoldurilor: 80 cm.; greutate: 47 kg.



31. Donyale Luna — 188 cm. înălțime; 49 kg. greutate (obținută printr-un regim alimentar foarte sever) (Anii '60—'70).



33. Moda acum 100 de ani.





34. Un aspect al vestimentației feminine din anul 1897.



35. Alt aspect al vestimentației din anul 1897. Sînt forme ce comportă un oarecare grad de permanență estetică, revenind în perioadele următoare cu ușoare modificări.



36. Moda vestimentară feminină de la începutul secolului nostru (1901).



38. În anii 1916 și 1917.





39. Între 1920 și 1930 este la modă corpul feminin plat (poreclit „scîndură”) cu picioarele lungi și bustul mic. Femeile se tund scurt și preferă coafatul discret de tip „permanent”.

40. Linia poalei trece discret, în această perioadă, cînd deasupra genunchilor, cînd ușor sub ei. Model din 1929.



41. Anticonformismul modei sau moda anticonformismului în viziunea lui Paul Poiret, cel care proclamase abandonarea corsetului. Model din 1930.



42. Model din 1939.

43. Moda anului 1942.



44. Model din 1943.
Pentru zona capu-
lui se impune toca.



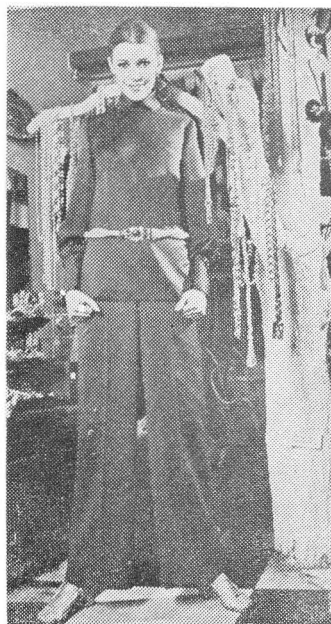
45. Îmbrăcăminte
de seară, 1953.

46. 1957. „Ballon — Look“.



47. 1957. Sofia Loren — deja
„filmstar“ în această perioa-
dă — la ultima probă pentru
un „ansamblu“ de seară.





48. Alături de vestimentația „haute couture” care consacră, până spre mijlocul secolului XX, moda vestimentară, se impune de prin deceniul șase și vestimentația tip „boutique”. Un model din primii ani ai deceniului șapte.



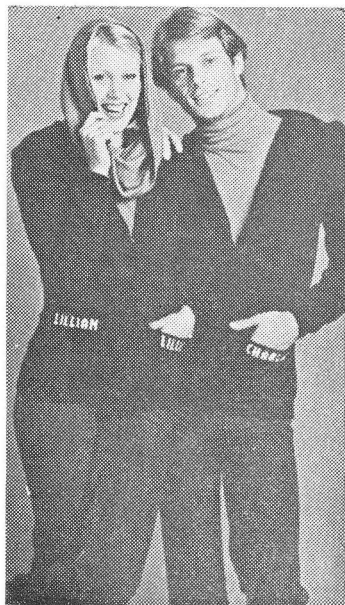
49. Model de seară, în „Folklore-Look” (1977).



50. Alt model de seară în „Folklore-Look” (1977).



51. Extinzându-se de la vestimentația tip „haute couture”, la cea tip „boutique” și „prêt-à-porter”, moda vestimentară feminină asimilează profiluri, croieli și materiale considerate anterior improprii. Aici: un „ansamblu” propus de Nina Ricci în 1938.



52a—52b—52c. Vestimentație sau îmbrăcăminte de lucru?



53. Interesantă se vedește și evoluția costumului feminin pentru practicarea diverselor sporturi sau pentru simplele activități recreative. Aici: cochete practicând pescuitul cu undița (1886).



54. Femeie vânător(1893).



55. Biciclistă de la începutul secolului XX.

56. Costumul feminin de tenis înainte de 1880.



57. Costumul feminin de tenis în 1895.

58. Costumul feminin de tenis în 1915.



59. Costumul feminin de tenis în 1930.



60. Costumul feminin de baie la începutul secolului XX.



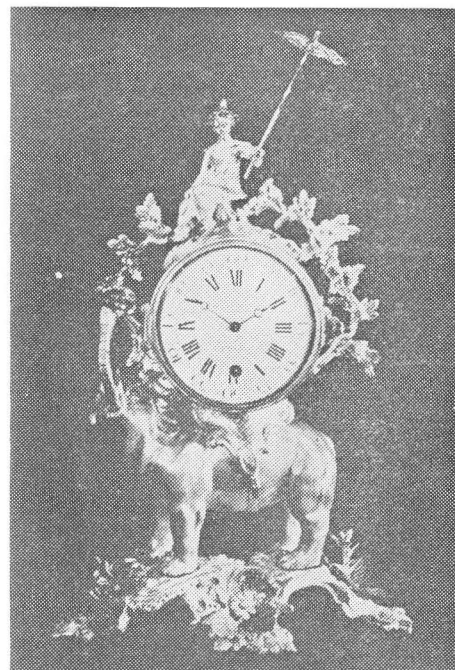
61. Costumul feminin de baie în 1919.



62. Costumul feminin de baie în 1930.

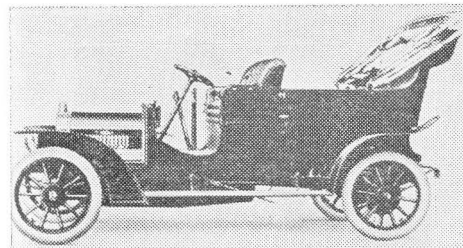
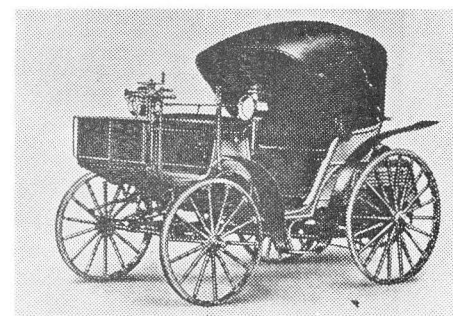


63. Costumul feminin de baie în 1965.



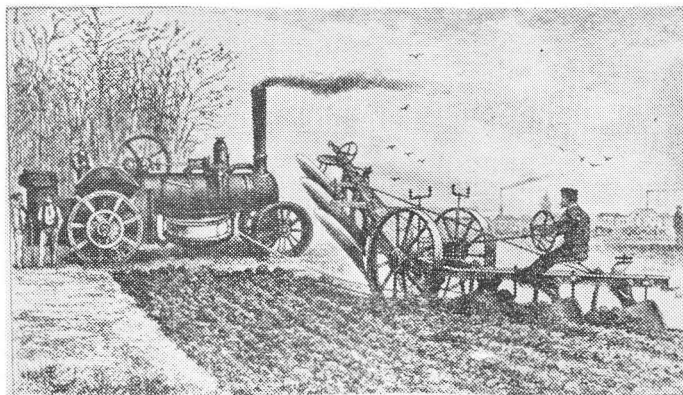
IV. DESIGN-UL,
ALT ASPECT RE-
LEVANT PENTRU
EXPANSIUNEA
CONTEMPORANĂ
A ESTETICULUI

64. Formă din peri-
oada cînd frumuse-
țea obiectului uti-
litar se impunea cu
ajutorul decorați-
unilor: ceas „Ele-
fant” din secolul
XVIII (Franța).

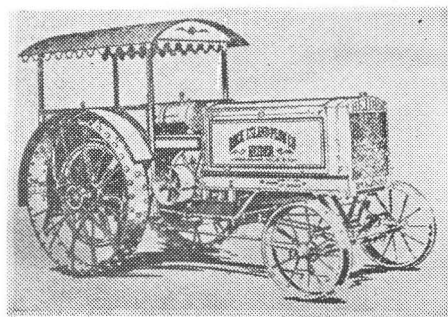
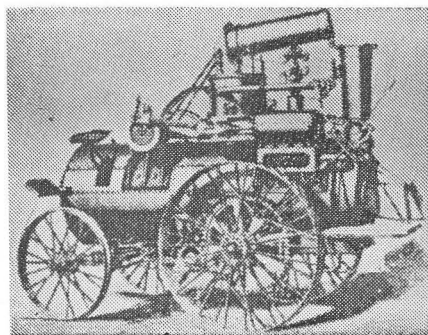


65a. — 65b. Pe vre-
mea cînd între fru-
musețea obiectului
industrial și cel
artizanal nu erau
reținute deosebiri
esențiale. Automo-
bile care mai păș-
trează încă elemen-
te de birjă.

66. Începuturile tractorului: 1868. Marca „Standish“.

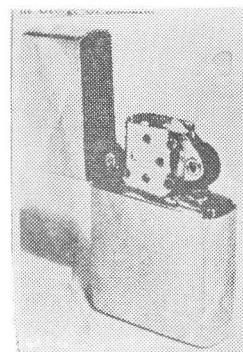
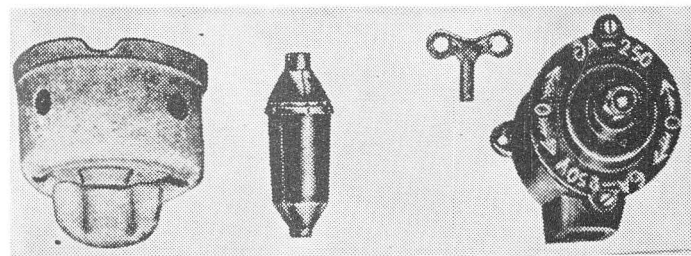


67. 1885. Tractor „J. I. Case“.



68. 1915. Tractor „Heider“.

69. Întrerupătoare și comutatoare electrice din jurul anului 1900.

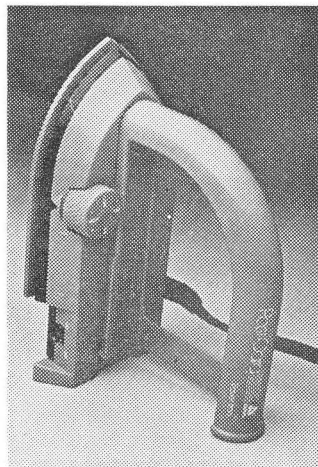
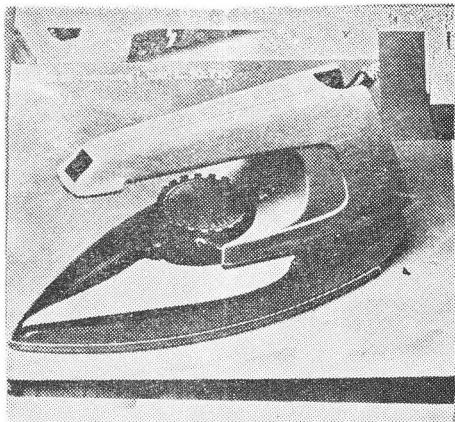


70. Brichetă din 1932.

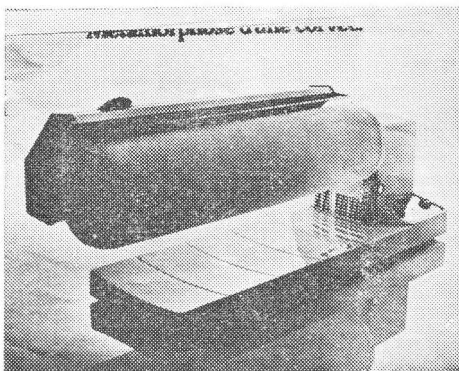


71. O panoplie de forme utilitare, produse industrial, de dată recentă.

72. Fier electric de călcat (1973).

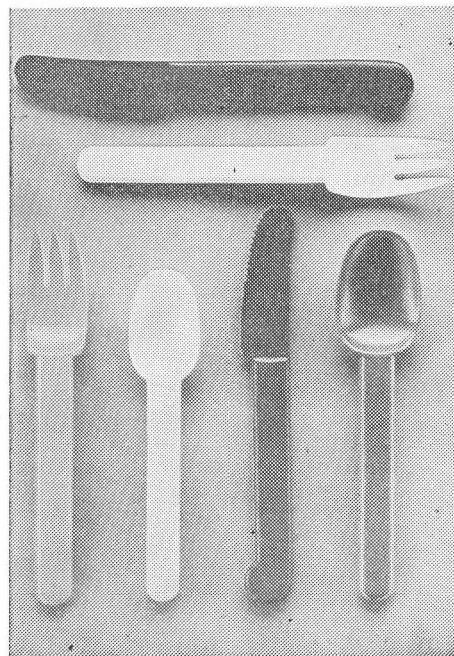
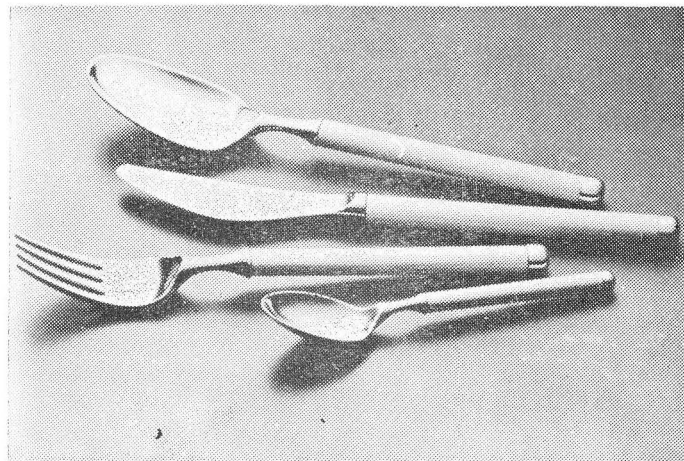


73. Fier electric de călcat, pentru voiaj (1984).



74. Fier electric de călcat în viziune neconvențională (1981).

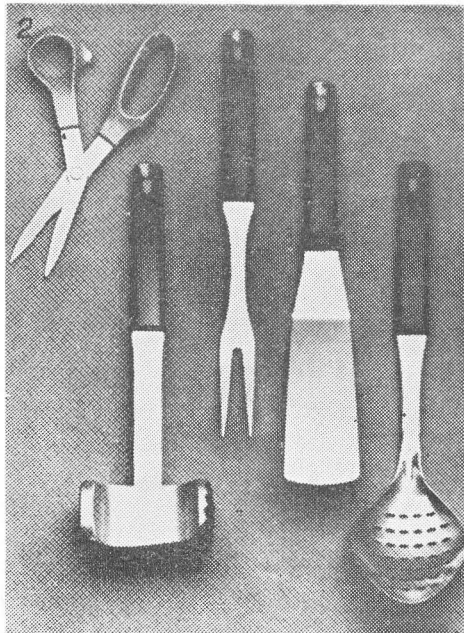
75. Tacîm obișnuit.



76. Tacîm de voiaj, din material plastic, nefolosibil.



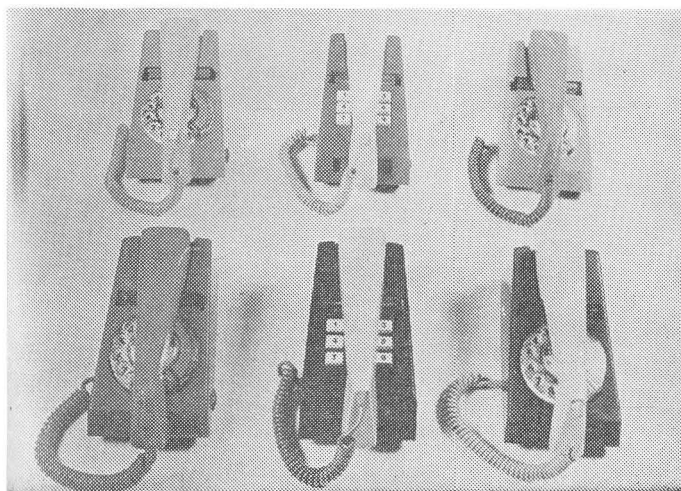
77. Servici de masă
din porțelan



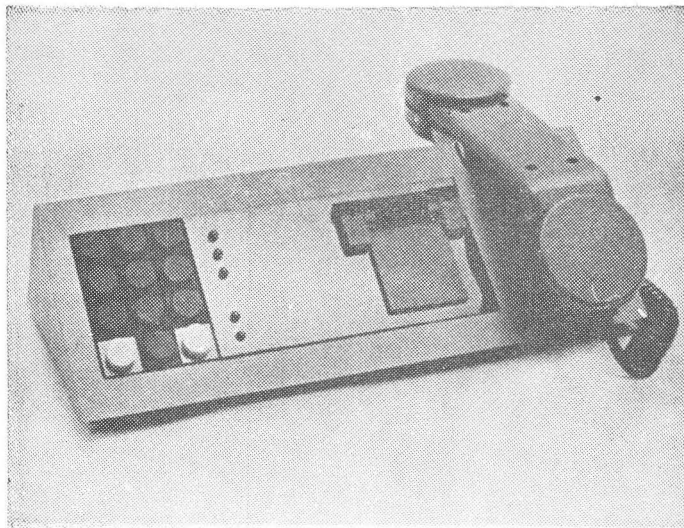
78. Obiecte de bu-
cătărie.



79. Telefonul în
variantă tradiți-
onală.

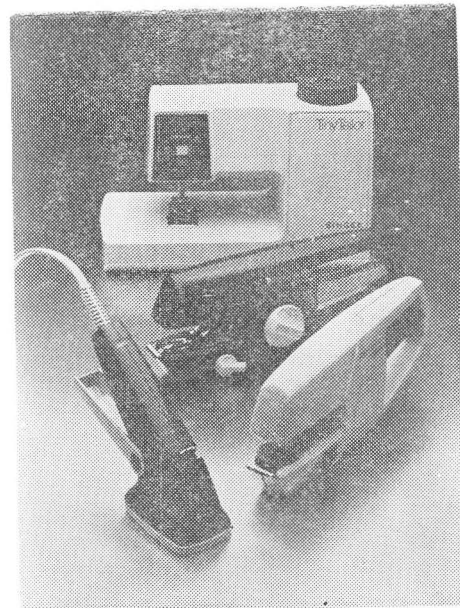
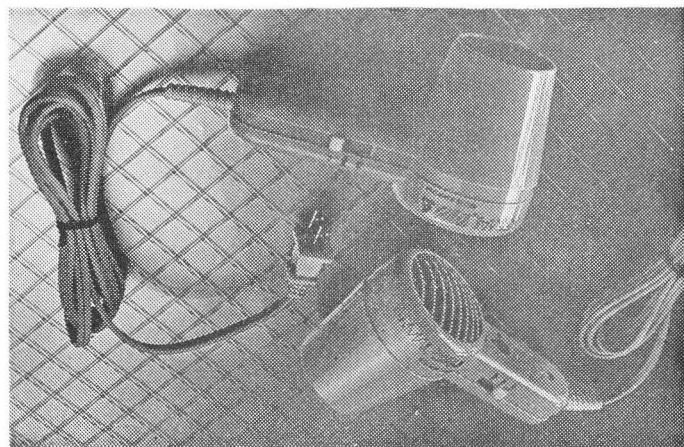


80. Telefonul în
variante cu disc
și variante cu bu-
toane.

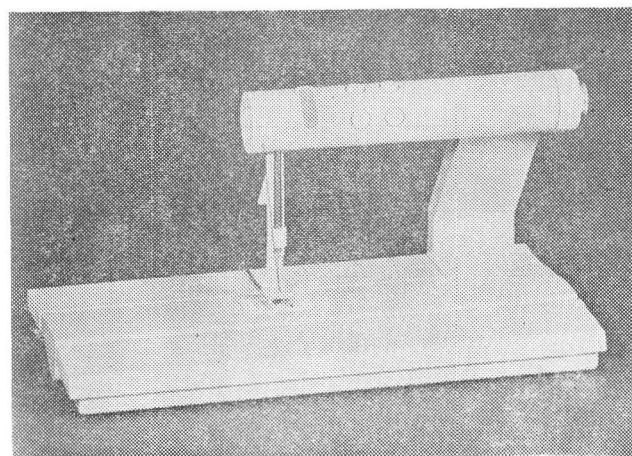


81. Telefon portativ, cu tichete, folosibil în spitale, hoteluri, restaurante. Pe un tichet obținut anterior și introdus în aparat pe timpul utilizării lui, telefonul calculează și imprimă costul care se plătește apoi la casă.

82. Uscător electric suflant.

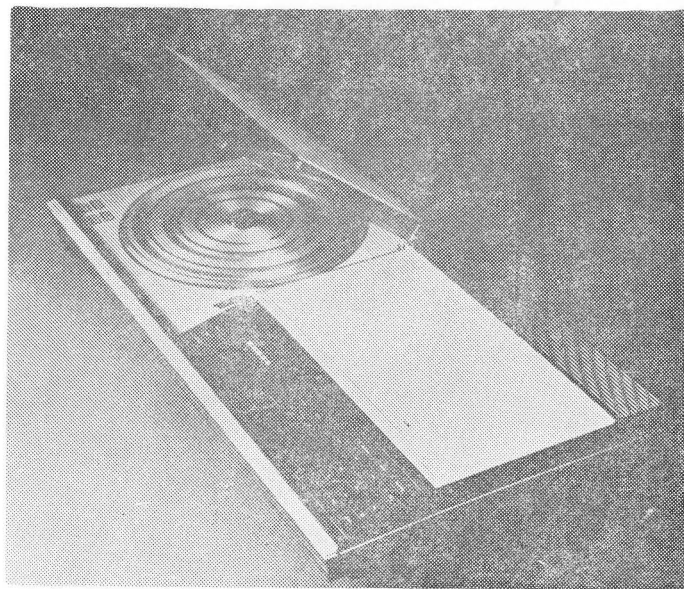
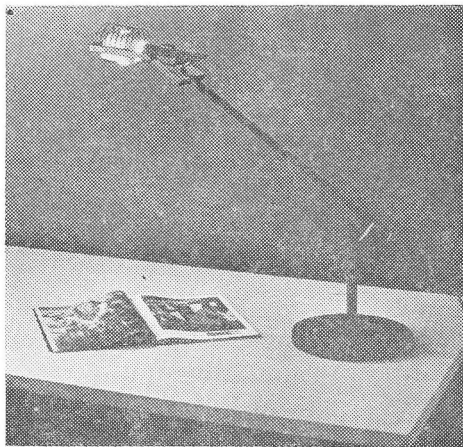


83. Mașină de cusut, cu accesorii, pentru practicat croitoria.

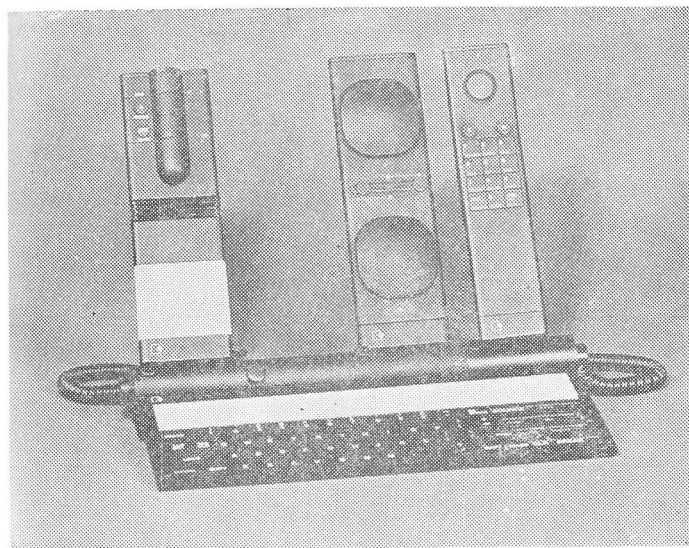


84. Mașină de cusut pentru folosință casnică.

85. Lampă de birou
cu întrebuințări
speciale.



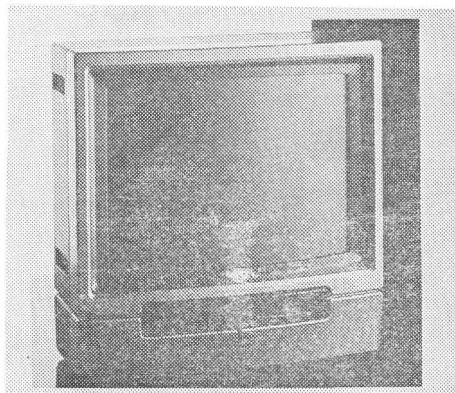
86. Picup computerizat.



87. Computer domestic.

88. Computer portabil.

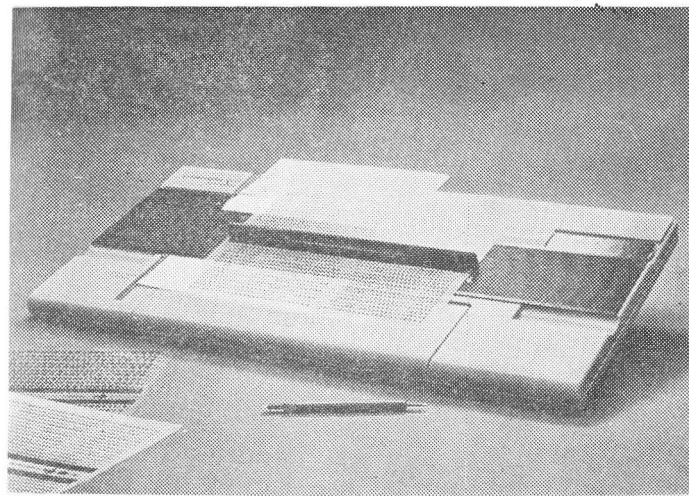




89. Televizor color
modulat.

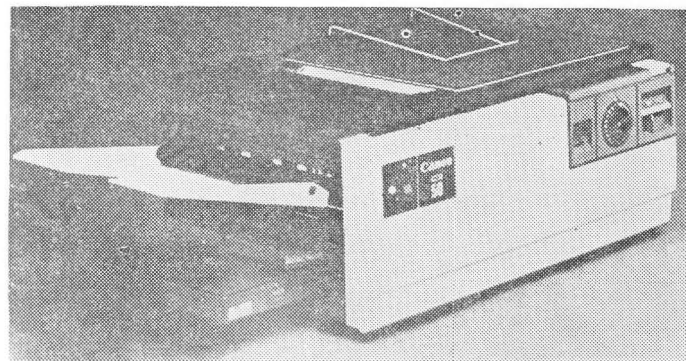


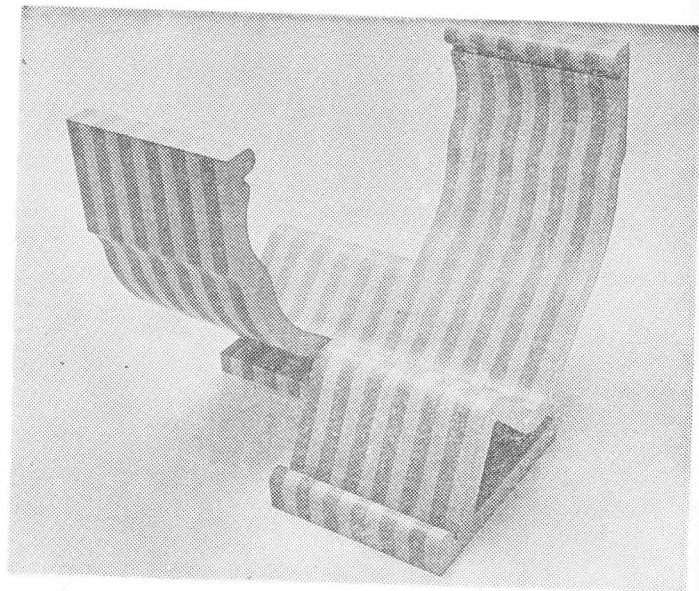
90. Televizor color de „buzunar“.



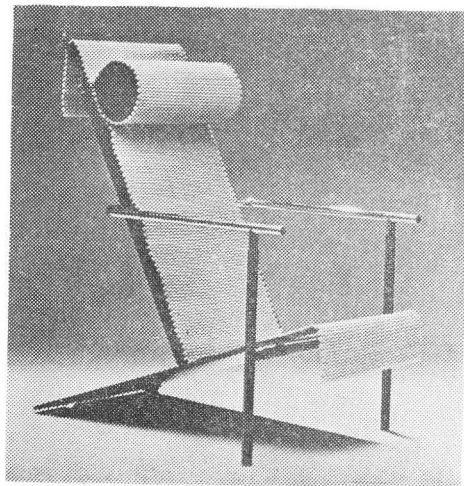
91. Dispecer pentru sortimente de litere.

92. Aparat de foto-copiat.





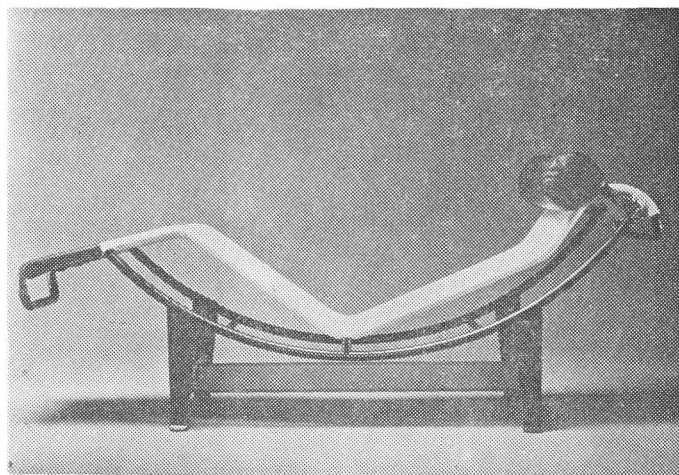
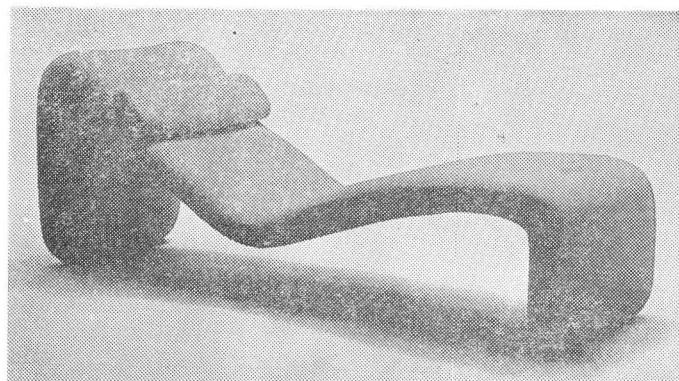
93. Fotoliu pereche
tête-à-tête

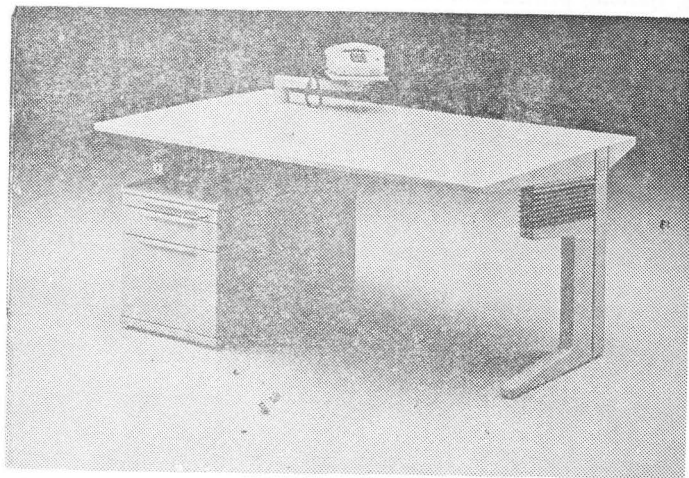


94. Fotoliu.

95. Șezlong pentru dotarea avioanelor de călători (1984).

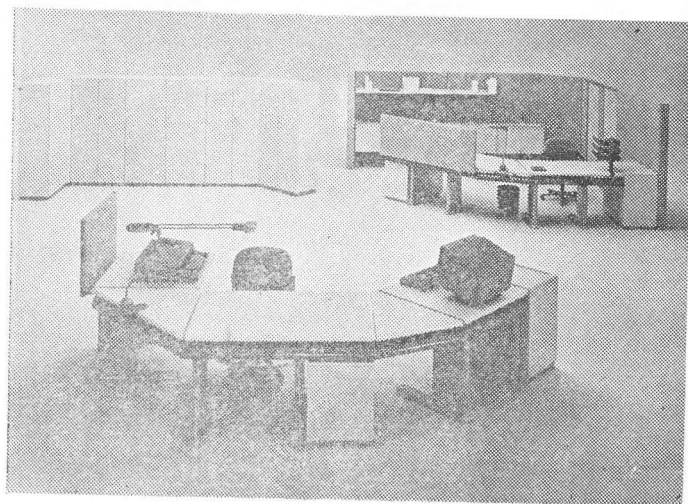
96. Șezlong — creație Le Corbusier, P. Jeanneret și Charlotte Perriand (1928).



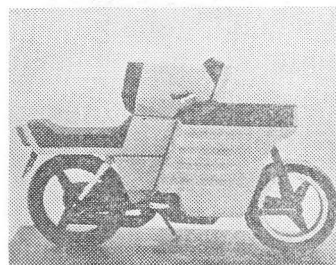
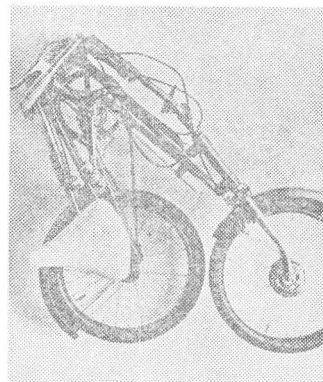


97. Birou.

98. Mobilier de birou.



99. Bicicletă pliabilă de tip tradițional.

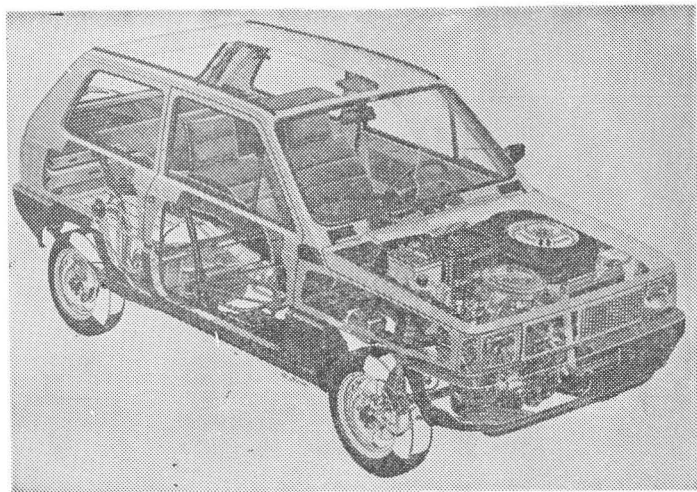


100. Motocicletă de oraș.

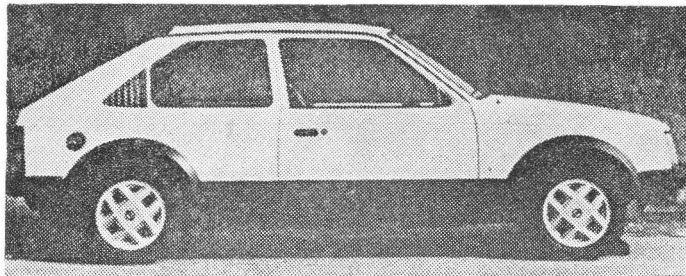


101. Bicicletă pliabilă de concepție nouă (varianta depiată).

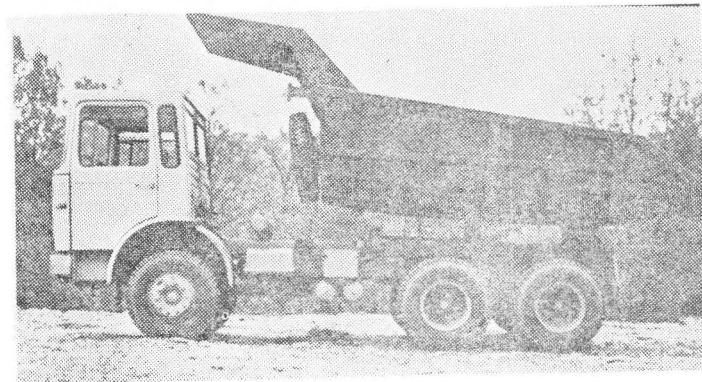
102. Propunere de rezolvare a problemelor tehnice și de confort pentru un viitor automobil.



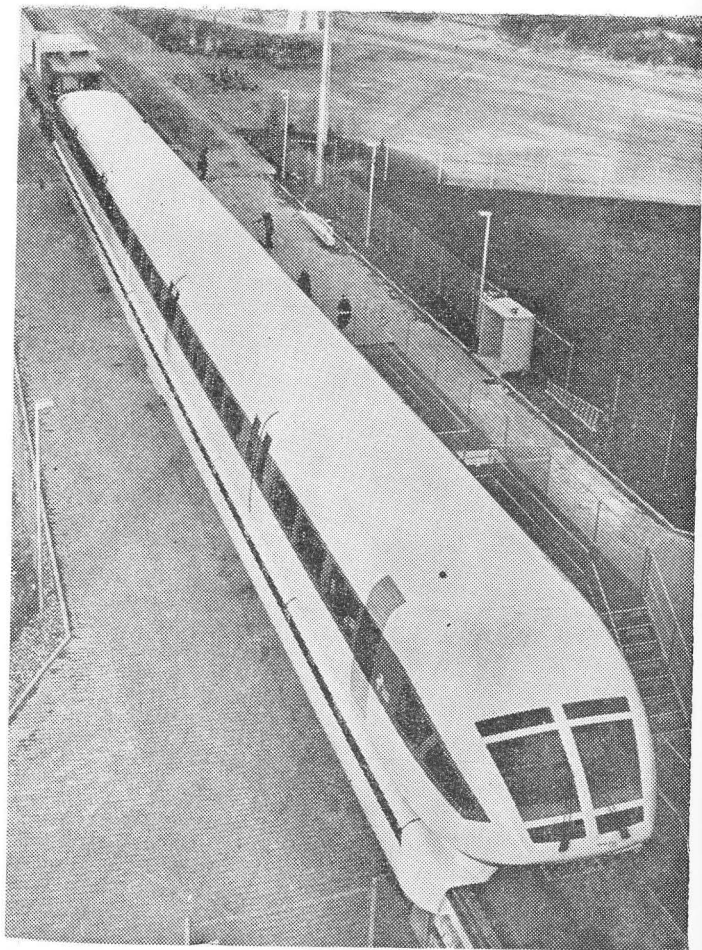
103. Una din ipostazele automobilului de astăzi.



104. Un autoturism de teren bine cunoscut.



105. Autobasculantă.



106. Tren electric de mare viteză, pe pernă magnetică.

XII REDESCOPERIREA ESTETICĂ A NATURII PRIN INTERMEDIUL TEHNICII MODERNE

Se dovedește profund semnificativ, pentru vremurile pe care le trăim, și fenomenul redescoperirii estetice a naturii prin intermediul tehnicii moderne. Aspectele lui cele mai relevante impun atenției noastre cazurile turismului de masă, ale filmului documentar și ale fotografiei.

Dezvoltarea comunicațiilor, apariția și perfecționarea noilor mijloace de transport feroviar, naval, rutier, aerian au înlesnit — așa cum în secolele precedente nici nu se putea bănuî — deplasările spre cele mai diverse puncte ale planetei, distanțele prezentind tot mai puțină importanță.

Vechea literatură de călătorii stă mărturie a interesului pe care întotdeauna l-a prezentat frumusețea locurilor îndepărtate, a ținuturilor necunoscute, cu fauna și flora lor mirifică. Grație acestui interes constant, se ajunge, treptat, și în artele vizuale la o înțelegere mai complexă și mai apropiată de adevăr a condiției umane.

Dacă pentru artiștii antichității natura constituia cu precădere subiect de imitație în privința spectacolului inherent forme capabile să încinte privirea, pentru cei de mai târziu ea va reprezenta și ceva mai mult decît atît. În viziunea artiștilor din Evul Mediu natura se confundă pe de o parte cu peisajul pitoresc și idilic, iar pe de altă parte cu adăpostul ființelor bizare ce bîntuie închipuirea

oamenilor. Din grote, din desișul pădurilor, din străfundurile mărilor amenință fantastica lume de monștri, atît de sugestiv imortalizată în piatră de sculptorii ce au lucrat decorațiunile catedralelor gotice, sau relatată, prin linie și culoare, pe suporturi capabile să dăinuie peste secole, de pictorii flamanzi. Jurgis Baltrušaitis (n. 1903) prezintă amplu această viziune în *Le Moyen Age phantastique* *. Artiștii Renașterii înțeleg natura ca pe o inepuizabilă sursă de sugestii în legătură cu armonia și echilibrul formelor. Perioada barocă consacră natura văzută de artiști în primul rînd ca sursă de mister. După „momentele” de revenire a idilismului, din secolul XVIII îndeosebi, aceeași viziune asupra naturii va domina și în prima jumătate a veacului trecut, cu anumite prelungiri pînă mult mai tîrziu. Călătorii în perioada romantismului, etnografii și antropologii relatează, în același spirit, despre locuri și populații îndepărtate. Omul exotic, în variantele sale întotdeauna epatante, constituie tema favorită a jurnalelor de călătorii, a observațiilor cu caracter etnografic, a corespondenței celor porniți în cucerirea de colonii.

Despre modul cum călătoriile în spațiile geografice și culturale îndepărtate au contribuit, după Renaștere, la extinderea orizonturilor artei europene, vorbesc unele dintre cele mai semnificative creații în domeniile desenului și picturii, ale formelor decorative din porțelan, din metale sau pietre semiprețioase. Așa-zisele subiecte exotice, unele motive ornamentale, ca și numeroasele tehnici importate de pe alte continente și asimilate de cultura europeană consacră nu doar preocupări întîmplătoare, ci o adevărată lărgire a orizonturilor. Sub alt aspect, intervine fenomenul descoperirii frumuseții umane exotice, care va continua, fie să intrige, fie să fascineze, atît pe planul realității, cît și pe planul imaginației.

* Jurgis Baltrušaitis, *Eoul Mediu fantastic*, București, Ed. Meridiane, 1975.

Totuși, pînă spre începutul secolului nostru, accesul direct la frumusețea naturii țărimurilor îndepărtate se dovedește dificil și nesemnificativ în raport cu posibilitățile de călătorie ale celor mai mulți oameni. Costul ridicat al transporturilor, nesiguranța și durata mare, întotdeauna obositoare, a voiajelor, inconfortul sejurului, constituiau tot atîtea limitări în privința posibilităților de deplasare, pentru cele mai multe categorii de populație.

Nu sînt prea greu de identificat cauzele mutațiilor survenite în vremurile recente, mutații care impun turismul ca fenomen de masă, antrenînd adevărate mulțimi de oameni. Intervine, mai întîi, problema creșterii nivelului general de bunăstare la majoritatea popoarelor din Europa și America de Nord, la unele popoare de pe celelalte continente. Pe acest fond se înregistrează o extindere considerabilă a dimensiunilor timpului liber. Deplasările se pot efectua într-un timp mult mai scurt decît înainte, în condiții de siguranță și confort sporite, putîndu-se opta pentru mijloacele de transport cele mai convenabile, în funcție de posibilitățile financiare și gusturile omului.

Condițiile de cazare și facilitățile de contact direct cu oamenii și locurile comportă ameliorări continui. Modicitatea prețurilor, în anumite cazuri relevante totuși, fac din turism un tip de manifestare democratică specifică civilizației secolului XX. Se călătorește în toate direcțiile: din est spre vest, din nord spre sud și invers; se scotocește totul: oameni, locuri, floră, faună, peisaje, datini și obiceiuri, credințe etc.

De bună seamă, lumea a devenit mult mai intimă — iar modificările operate pe planul convingerilor, mentalităților și sentimentelor trăite au o pondere foarte importantă în aspirațiile pe care le nutrim, în idealurile pe care ni le făurim — grație dezvoltării turismului.

Turismul presupune, prin definiție, contactul direct cu locuri și oameni. El antrenează întotdeauna doar pe cei care nu se mulțumesc cu „rela-

tările“, cu „martorii“, cu „mostrele“, ci vor să vadă „la fața locului“, iar numărul acestora este în permanentă creștere. Știind și judecând atent lucrurile, va trebui să recunoaștem că însăși sfera frumosului s-a extins o dată cu dezvoltarea contemporană a turismului. Frumuseți necunoscute anterior au ajuns să facă parte din universul nostru intim.

Alături de contactul direct cu oamenii și locurile, cu frumusețile naturii, trebuie recunoscută însă și posibilitatea unui contact indirect. Două din descoperirile științifico-tehnice moderne au contribuit hotărâtor la cunoașterea indirectă a frumuseților naturii de către lumea de azi.

Prima este cea legată de descoperirea principiilor și tehnicilor fotografiei, în prima jumătate a secolului XIX, de către Nicéphore Niepce (1765—1833) și Jacques Daguerre (1787—1851). Perfecționările survenite ulterior conduc, spre 1875, la apariția emulsiilor pe suport suplu care urmau să consacre tehnica diapozitivelor așa cum o cunoaștem și în prezent.

Fotografia se identifică, prin excelență, cu imaginea statică. Sursa de referință e reținută comprimat cu ajutorul aparatului de luat vederi și fixată prin procedee chimice mai întâi pe un suport intermediar în negativ, apoi pe suportul definitiv în pozitiv. Așadar, propriu imaginii fotografice se dovedește întotdeauna referirea la ceva existent obiectiv.

După cum observa Jean Mitry (1907—1988), un cunoscut teoretician francez care a studiat problematica imaginii în lumina experiențelor cinematografiei, tocmai prin asta imaginea fotografică asemenea celei filmice — în starea sa de fotografă — nu poate constitui o reprezentare exactă a realității înregistrate; ceea ce ea prezintă devine altceva decât întregul asupra căruia obiectivul aparatului de luat vederi s-a oprit. Vocabularul fotografic și filmic dispune, după cum se știe, de câțiva termeni indicând tocmai condițiile specifice imaginii astfel înțeleasă. Îi vom prezenta, sprijinindu-ne pe definițiile date de către Jean

Mitry, atît în *Esthétique et psychologie du cinéma* (Paris, vol. I—1963; vol. II—1965), cît și în „*Dictionnaire du cinéma*“ Paris, 1967).

Cuvîntul *cadru* indică — în contextul la care ne referim — „fereastra“ sau „deschiderea“ aparatului de fotografiat sau filmat. Prin extindere, el mai desemnează și limitele imaginii fotografice sau filmice, determinate de „deschiderea“ aparatului, dar și — în cazul proiecției — de limitele ecranului.

Cîmpul este spațiul vizat de aparatul de luat vederi; el poate fi mai mult sau mai puțin întins, după cum este vorba de un mare ansamblu, de un plan apropiat sau îndepărtat.

Unghiul se cere înțeles drept punctul de vedere din care înregistrăm orice formă sau grup de forme pe peliculă.

Planul ar desemna ansamblul imaginilor luat din același unghi și cu același cadraj. Dar, să-l ascultăm, pentru detalieri și completare, pe Jean Mitry: „Fiind imagine animată, imaginea filmică este constituită dintr-un oarecare număr de instantanee succesive. Fiecare serie de instantanee vizînd aceeași acțiune sau același obiect, sub același unghi, constituie ceea ce se numește *plan*. Planul este unitatea filmică, să spunem așa, complexă, iar multiplele elemente fotografice care-l compun se numesc *fotograme*.

Tocmai asupra acestei unități elementare, asupra acestei imaginii fotografice individuale vrem să stăruim.

O imagine fotografică este reproducerea mecanică a cîmpului vizat prin intermediul obiectivului, ca rezultat al imprimării zonelor luminoase ale acestuia și consecință a reacțiilor foto-chimice ale unei emulsii sensibile turnate pe un suport celulozic. Se poate deci spune că această reproducere ca atare este aproape impersonală.

Însă orice fotografie e făcută de un fotograf. Trebuind să înregistreze o realitate oarecare, operatorul (sau fotograful — *n.n.*) procedează la o anumită alegere; își delimitează cadrul. Dacă e nevoie, organizează elementele repartizate în

cîmp, stabilind unele raporturi armonioase. Mai mult, reglînd intensitatea eclerajului și compunînd cu umbrele și luminile, el reliefează volumele sau le estompează. Deschiderea diafragmei, cantitatea de lumină — mai mare ori mai mică — admisă în camera obscură respectivă asigură și ea o valoare particulară imaginii, deci lucrurilor reprezentate.

Așa că imaginea fotografică e întotdeauna rodul unei anume interpretări. Ea este mărturia unei priviri și, prin aceasta, e încărcată de o anumită subiectivitate. Se poate spune că ea este redare « mecanică » a unei priviri personale îndreptată asupra unui subiect determinat, subiect care, de altminteri, ar fi putut fi compus în prealabil. Pe scurt, această imagine poate fi încărcată de calități estetice, concomitent cu o anumită intenționalitate*.

Merită amintite cu acest prilej și interesante observații ale lui Lewis Mumford referitoare la statutul estetic al fotografiei, prin comparație cu celelalte arte, formulate în cartea mai veche, pe nedrept uitată: — *Technics and Civilisation* — la care ne-am mai referit. În ciuda aerului ușor desuet și a stingăciilor de exprimare, adevărul observațiilor formulate în cartea lui Lewis Mumford se păstrează nealterat, sunînd în perfect consens cu ceea ce va spune mai tîrziu și Jean Mitry, completîndu-l sau, chiar, explicîndu-l: „Fiecare fotografie, oricît de mult ar fi studiat-o autorul ei și oricare ar fi timpul ei de expunere, este esențialmente un instantaneu. Ea constituie o tentativă de a reține și pătrunde esența unui moment unic, singurul semnificativ dintre miile pe care ni le oferă viața de fiecare zi. Dar, spre deosebire de artistul plastic, fotograful nu-și poate prelucra materialul în întregime așa cum ar vrea; el trebuie să rețină lucrurile așa cum le găsește, pri-vite însă din unghiul cel mai potrivit, în condițiile de iluminare cele mai indicate, alegîndu-și, în

funcție de aceasta, timpul de expunere. El este obligat astfel să țină seama de elementele ce condiționează arta sa — lumina, atmosfera, anotimpul, posibilitățile tehnice ale aparatului, substanțele de dezvoltat. Și asta pentru că partea mecanică nu funcționează de la sine, iar rezultatele depind de o justă corelare a « momentului » cu mijloacele materiale de care dispune. Desigur, nici pictura nu poate să-și depășească condițiile tehnice. Fotografia însă diferă de pictură sau desen prin faptul că procesul ei de creație e determinat, în fiecare stadiu al său, de condițiile externe; în fotografie, fantezia artistului nu se poate dezlănțui chiar atît de nelimitat cum ar putea să pară. Cît despre diferitele forme de montaj, la care se face frecvent apel atunci cînd este vorba despre libertatea artistului fotograf, ele aduc în discuție o altă realitate decît cea propriu-zisă fotografică; sînt mai degrabă o specie de pictură, în care elementele fotografice servesc pentru compunerea unui mozaic, așa cum, pentru a obține unele cuverturi în mai multe culori se apelează la petece din țesături diverse. Oricare ar fi valoarea artistică a montajului, ea nu derivă din aparatul de fotografiat, ci din pictură“*.

Ipostazele în care fotografia se pretează înțeligerii noastre ca modalitate de relatare prin imagini a frumuseților naturii sînt: fotografia turistică, fotografia documentară și fotografia artistică sub unul din multiplele sale aspecte. Prima presupune reținerea a ceea ce se impune ca formă naturală sau peisaj în măsură să impresioneze prin notele sale de prezență șocantă. A doua presupune reținerea a ceea ce se impune ca prezență materială structurată în sensul unei ordini și al unor armonii ce nu-și găsesc o explicație imediată în condițiile în care intervenția umană este exclusă. A treia presupune reținerea și prezentarea

* Jean Mitry, *Esthétique et psychologie du cinéma*, Paris, Editions Universitaires, t. I, pag. 107.

* Traducerea italiană, Lewis Mumford, *Tecnica e cultura*, Milano, Mondadori editore, 1961, pag. 346.

acelor frumuseți din marele tezaur de forme naturale pe care numai un artist le poate sesiza. A vedea, se impune, prin urmare, drept altceva decât a privi. Poți să privești o formă și să nuremărci calitățile ce ar putea să o impună ca prezență generatoare de spectacol, mai ales atunci cînd intervine problema folosirii unei aparaturi sofisticate, necesitînd o pregătire și o experiență de profesionist. O bună parte din frumusețile naturii făcute cunoscute prin intermediul fotografiei se legitimează pe atari temeiuri.

În decurs de numai un secol și jumătate fotografia a străbătut un drum extraordinar care se identifică pe de o parte cu neîncetata ameliorare a materialelor și tehnicilor, cu perfecționarea, miniaturizarea și diversificarea aparaturii, iar pe de altă parte cu captarea crescîndă a atenției publicului larg. De la timpul de expunere de cîteva minute pînă la cel de cîteva miimi de secundă, de la tehnicile alb-negrului, pînă la cele color, într-o gamă de nuanțe și tonuri aproape egală cu cea a picturii, de la aparatele greoaie din secolul XIX pînă la cele de buzunar actuale, funcționînd pe bază de program computerizat, distanța este enormă. În ce privește interesul public și implicarea fotografiei în viața socială, devine edificator fie și faptul că numărul pasionaților fotografiei a ajuns astăzi de ordinul zecilor de milioane, iar piața mondială de materiale și aparate foto cunoaște o cifră de afaceri superioară celei a firmelor Boeing, Douglas, Lockheed, Rockwell International, Dassault și Aerospațial — care produc toate avioane — luate la un loc. E greu de spus dacă acest interes popular pentru fotografie se datorează unei anume nevoi umane întîme de a proba cu martorii vizuali specifici, care pot fi cu ușurință obținuți și stocați, farmecul lumii din care facem parte, sau altor cauze. Cert este că fotografia s-a dovedit unul dintre factorii ce au contribuit incontestabil la dezvăluirea și popularizarea frumuseților naturii în secolul XX. Va fi întotdeauna greu de spus, de asemenea, în ce mă-

sură ea a impulsionat însăși dezvoltarea contemporană a turismului, a unor sporturi și activități recreative de dată recentă. Rămîne neîndoielnic însă faptul că multe dintre cunoștințele noastre actuale despre univers, despre lumea înconjurătoare, despre noi înșine nu ar fi fost posibile, în structura lor actuală, fără aportul fotografiei. Ne-am deprins să vedem și să reținem ceea ce se petrece în jurul nostru, fotografic, chiar atunci cînd lipsește aparatul de luat vederi. Cultul exactității, atît de larg practicat în secolul XX, se legitimează, printre altele, și prin influența exercitată de fotografie asupra celor mai diverse sfere ale vieții cotidiene. Fotografia aeriană, fotografia subacvatică, fotografia microscopică, fotografia documentară stăruind la nivelul instantaneului sau fotografia documentară stăruind la nivelul elaborărilor anevoioase sînt aspecte sub care omul secolului XX reține și se referă la ceea ce se petrece în jurul său. Relatarea verbală nu o poate niciodată suplini pe cea în imagini; ea presupune amplificări sau reducții, cu motivații afective, ce conduc, fără excepție, la un adevăr întrucîtva deformat.

Fizica, chimia, astronomia, medicina — înțeleasă drept complex de științe, mergînd de la anatomie pînă la psihiatrie — biologia, geologia sau oricare dintre resorturile cunoașterii sistematice cu statut recunoscut ar fi de neconceput, așa cum se prezintă astăzi, în absența fotografiei.

Fotografia, în sensul propriu al cuvîntului, se adresează totuși unui public restrîns, ca și gravura, fiecare exemplar necesitînd o elaborare proprie, cel puțin atunci cînd e vorba de fixarea imaginii pe suportul de hirtie. Redescoperirea naturii din perspectivă modernă, pe cale indirectă, e legată de perfecționarea tehnicilor reproducerii realizate cu mijloace foto în condițiile tirajelor de masă. Apare astfel problema albumului, a revistelor și a cărților poștale ilustrate. Doar la nivelul acestora se poate vorbi despre rolul redescoperirii naturii, prin intermediul fotografiei, în

schimbarea mentalităților, obișnuințelor, al comportamentului general la mase uriașe de oameni. Să ne gândim, de pildă, la faptul că generațiile dinaintea noastră nu-și puteau imagina nici măcar parțial frumusețile oceanului planetar care au putut fi descoperite numai grație pe de o parte perfecționării aparaturii din dotarea scufundătorilor, iar pe de altă parte perfecționării aparaturii de luat vederi. În 1904, celebrul biolog german Ernst Heinrich Haeckel (1834—1919) își publică, sub titlul *Kunstformen der Natur* desenele făcute după organismele marine pe care le studiase de-a lungul anilor, desene puse la punct pentru tipar — practic refăcute — de un grafician, dotat nu numai cu talent, ci și cu o extraordinară intuiție a structurilor formale, pe nume Adolf Giltsh. Lucrarea a produs asupra publicului o profundă impresie; pentru prima dată erau dezvăluite frumusețile unei lumi la care omul de rind nu avea acces direct. La mai puțin de un secol de la apariția cărții lui Haeckel, mirifica lume a străfundurilor marine nu mai posedă aproape nimic inedit, grație fotografiei și filmului subacvatic color. Misterioasa lume a insectelor, cu frumuseți care, în condițiile contemplării la scară umană firească scapă procesului de percepere a formelor, fie datorită dimensiunilor minuscule la care acestea se prezintă, fie datorită instabilității lor, fie datorită dificultăților de a le observa în condițiile adecvate de lumină, a devenit cunoscută marelui public tot prin tehnicile fotografiei și filmului. Și de data aceasta e vorba despre o ipostază estetică a naturii, pe care cei dinaintea noastră nu o cunoșteau.

Dacă mai avem în vedere și recuperarea, pentru sistemul formelor din natură, a imaginii unor animale sau unor păsări extrem de dificil de observat, datorită vieții lor retrase și zonelor greu accesibile în care trăiesc, începem să ne dăm seama că este vorba despre o adevărată redescoperire a sensurilor estetice ale lumii în care trăim.

În toate cazurile, natura descoperită prin intermediul imaginilor înregistrate pe peliculă și fixate apoi pe diferite tipuri de suport sau proiectate

pe ecran se prezintă nu ca lume stranie și nici ca forță amenințătoare, ci ca frumusețe neașteptată, ca altă ipostază a frumuseții. La toate dimensiunile sale, natura se impune ca frumusețe. Intervine problema unei aproprieri a naturii astfel încât și sub aspectele sale imposibil de perceput fără dotările tehnice actuale aceasta se prezintă ca făcând parte din universul nostru familiar.

A doua dintre descoperirile științifico-tehnice care au contribuit hotărâtor la extinderea contactului indirect al oamenilor cu frumusețile naturii este cea legată de numele fraților Auguste (1862—1954) și Louis Lumière (1864—1948). Ea privește apariția filmului. Filmul — într-un fel derivat al fotografiei — presupune imaginea dinamică obținută prin derularea, în fața unui fascicol de lumină, concentrat, dirijat și proiectat pe un ecran alb în condiții de obscuritate, cu ajutorul unui sistem complex de lentile, a benzii de celoid, având imprimate în tehnicile fotografiei fie pozițiile specifice mișcării unei forme, ori grup de forme, în spațiu, fie aspectele proprii unei entități materiale, perceptibilă vizual, surprinsă în planuri diverse, potrivit unghiului de vedere pe care l-a adoptat operatorul. Pentru obținerea iluziei de mișcare firească — imaginea dinamică — — derularea trebuie să se realizeze cu o viteză mai mare de 16 fotograme de secundă. Cinematografia s-a impus mai întâi în ipostaza filmului documentar; ceva mai târziu au apărut compozițiile filmice ce nu se vor decît ficțiuni. Filmul documentar nu a încetat însă niciodată să intereseze publicul larg, mai ales atunci când este vorba de relatarea nebănuitelor frumuseți ale naturii. Temele sale de început nu s-au lăsat niciodată eclipsate de cele ivite mai târziu: felul de viață al oamenilor, pitorescul locurilor, frumusețile faunei și florei terestre, uluitorul spectacol al lumilor inaccesibile nouă cu ochiul liber — lumea microscopică, lumea subacvatică, cerul așa cum poate fi privit cu ajutorul instrumentelor optice perfecționate. Filmului documentar i s-au adăugat de curind înregistrările pe bandă magnetică,

în sistemul „casetelor video“, ce pot fi vizualizate numai cu ajutorul aparaturii electronice speciale racordabile la diverși receptori TV. Atît filmul documentar, cit și casetele video, avînd înregistrate imagini ce dezvăluie natura ca nepuizabilă sursă de frumusețe, își pot transmite mesajul atît în tehnicile proprii, cit și în tehnicile televizive. Neajunsul lor constă în faptul că nu pot fi tezaurizate cu titlu individual, decît relativ rar, datorită costului lor ridicat, condițiilor aparte de spațiu și aparaturii complexe ce le necesită. Totuși, prin faptul că mesajul vehiculat e destinat receptării în grup de către publicul cinematografelor sau masele de telespectatori, rolul „documentarului“ în redescoperirea estetică a naturii din perspectivă modernă nu poate fi trecut cu vederea.

Odată cu apariția fotografiei și, mai tirziu, a filmului, estetica a fost pusă în dificultate. Statutul lor vizual scăpa tuturor schemelor după care se putea discuta despre desen ori pictură. Cum pot fi înțelese, atunci? Reținerile în a le recunoaște importanța erau mărturisite adesea răspicat. Edificator se dovedește, din acest punct de vedere, următorul pasaj dintr-o carte a lui R. de la Sizeranne, un rafinat estetician francez, publicată la începutul secolului nostru: „S-a vorbit mult prea rău despre fotografie, și nu destul despre fotografi. E adevărat că fotografia, așa cum o cunoaștem de obicei, are mii de efecte ce sînt însăși negația artei, fără a fi, pentru nimic în lume, afirmarea naturii. Ea nu este mai aproape de adevăr decît de frumusețe. Ea exagerează perspectiva în așa măsură încît o șosea largă, întinzîndu-se spre orizont, luată din față, apare ca o piramidă, iar o masă pătrată, văzută în același mod, apare aproape triunghiulară, pe cînd mina întinsă spre dumneavoastră e mai groasă decît capul prietenului care v-o întinde. Ea traduce atît de nefericit culorile cele mai expresive (este vorba de fotografia alb-negru — *n.n.*), încît un acoperiș roșu deschis devine negru, pe cînd

cerul albastru deschis devine alb. Ea suprimă astfel cerul și mările sudului; e limpede că din moment ce tonuri atît de importante lipsesc, întreaga gamă va apărea neverosimilă. Turlele bisericilor care se profilează blind spre cer ne apar decupate ca niște ecrane în fața unui foc; vapoarele negre, care se armonizează cu valul albastru închis, seamănă cu niște muște căzute în lapte. Frunzele de aur ale toamnei și strugurii copti devin ceva negru, ca niște picături de cerneală pe hîrtie. Un arbore văzut în *contre-jour* este atît de intens întunecat încît nu se distinge nimic din profilul său, apărînd ca o placă de tablă plată și afumată“*.

Dar estetica nu se află astăzi mai puțin în dificultate decît cu opt decenii în urmă. Distincția clasică dintre *frumosul natural* și *frumosul artistic* nu mai poate satisface acum nici o minte lucidă. Pe de o parte, alături de realitatea *frumosului artistic* — dacă arta poate fi redusă numai la atît — intervine realitatea *frumosului industrial*. Pe de altă parte, în raport cu ceea ce se considera altădată drept frumos natural, lucrurile s-au schimbat. Studiile tradiționale abordau problema frumosului natural exclusiv în lumina cazurilor cînd formele ce nu constituie rezultatul intervenției omului asupra materialului inert, contemplate direct, reușeau să încinte privirea. Situațiile noi ne obligă să avem în vedere și formele din natură înregistrate pe banda de celuloid sau pe banda magnetică și fixate, ulterior, pe un suport oarecare sau proiectate pe un ecran. Ele nu au altă pretenție decît aceea de martor. Dacă acceptăm conceptul de frumos natural trebuie să prevedem și posibilitatea legitimării lui în lumina noilor situații, cînd natura își dezvăluie farmecul doar în mod indirect, prin intermediul fotografiei, filmului sau înregistrărilor video. E vorba și despre altceva decît natu-

* R. de la Sizeranne, *Les questions esthétiques contemporaines*, Paris, Librairie Hachette, 1904, pp. 155—156.

ra, dar e vorba și despre altceva decât arta. Cum să înțelegem statutul acestui domeniu? Timpurile care vin s-ar putea să fie în măsură a ne ajuta mai mult decât prezentul la formularea unui răspuns corect. Deocamdată, se impune măcar semnalat faptul că printre domeniile estetice ce se impun astăzi alături de cel al artei se cuvine să avem în vedere și redescoperirea naturii prin intermediul tehnicii moderne.

CONSIDERAȚII FINALE

Este limpede că anumite situații estetice de genul celor analizate în paginile acestui volum nu pot fi incluse decât forțat în sfera artei. Chiar atunci când intervin „cazuri“ ce prezintă oarecare asemănări cu arta, ansamblul din care ele fac parte comportă, până la urmă, o înțelegere distinctă. Cum pot fi ele, atunci, înțelese? Neintrevăzând posibilitatea unui răspuns mulțumitor, pe baza unor experiențe încă neconcludente, la întrebarea formulată astfel, studiile de specialitate din trecut s-au pronunțat, de obicei, cu destulă rețineră. Așa, de pildă, încă de pe la mijlocul secolului XIX a început să se facă simțită nevoia redefinirii conceptului de artă, în lumina cazurilor nou apărute. Mai întâi, s-a impus atenției comentatorilor fotografia. Constituie fotografia o nouă artă sau reprezintă ceva diferit? Bineînțeles s-au înregistrat imediat atit opinii „pro“, cât și opinii „contra“, iar discuțiile continuă până azi. Din aceeași perioadă datează, după cum am văzut, și primele încercări de a disocia artele decorative sau cele „industriale“ de artizanat. Discuțiile sînt însă atit de naive, pozițiile exprimate sînt atit de timide, încît, pe bună dreptate, ele nici nu au prea fost luate în seamă. S-au scris adeseori pagini captivante — îndeosebi spre sfîrșitul secolului XIX—despre ceea ce era desemnat, la timpul respectiv, prin termenul de „modă“. Totuși, o

analiză a vestimentației, ca domeniu de sine stătător, nu există.

Este uimitor cum, mult mai târziu — în cel de-al patrulea deceniu al secolului XX —, chiar un spirit ca Jacques Viénot, în *La République des Arts*, se sfiește parcă să dea artizanatului, obiectelor funcționale produse industrial, manifestărilor sărbătorești, populare sau oficiale altă interpretare decît aceea de prelungiri ale artei. El pledează pentru o „republică a artelor“ în care să-și găsească loc și asemenea „experiențe“. Dar cum se vor raporta aceste experiențe la cele caracterizînd arhitectura, artele plastice, teatrul, literatura, muzica, dansul, în cadrul aceleiași „republici“? Jacques Viénot pare puțin interesat să afle. Interpretări asemănătoare a cunoscut și design-ul. Nici nu ne putem da seama cît de mult le mai sîntem tributari. Pretutindeni stăruie încă teama de a se renunța la vechile convingeri, potrivit cărora domeniul artei acoperă întreaga sferă a esteticului. Va fi însă imposibil de explicat consecvent cum nu neapărat *David* al lui Michelangelo, dar o tapiserie a lui Jean Lurçat și un automobil marca „Renault“ pot fi desemnate deopotrivă prin termenul de artă. După ce criterii ne vom călăuzi pentru a proclama frigiderul, aspiratorul sau avionul — toate produse industriale în serie — drept opere de artă? Cum pot fi asimilate artei marile instalații industriale petrochimice de la Brazi sau Pitești? Cînd te afli în fața lor, ai, într-adevăr, sentimentul unei priveliști deosebite, a unui spectacol ce încîntă privirea. Dar putem oare merge atît de departe încît să le punem pe același plan cu toate acele creații ale picturii, sculpturii sau arhitecturii pe care le studiază istoria artelor? În clasificările mai noi ale artelor s-au încercat diferite formule de compromis. J. Segond — un estetician francez — propunea, acum o jumătate de veac, la al doilea Congres internațional de estetică, din 1937, reținerea a două tipuri de artă: *artele consacrate* și *artele virtuale*. Comunicarea lui se și intitulează

La notion d'arts virtuels *. Tot pe aceeași linie, fără a mai insista însă asupra distincției dintre artele recunoscute și artele virtuale, se înscrie și cercetarea lui Thomas Munro publicată sub titlul *Arts and their interrelations*. Includerea design-ului printre arte, se justifică, după Thomas Munro, prin faptul că limitele artei sînt extensibile și devine firească înglobarea în sfera acesteia a unor manifestări pe care secolele precedente nu le-au cunoscut. Cum se împacă însă condiția formelor din sistemul clasic al artelor cu cea a obiectelor utilitare produse industrial va fi însă mai greu de demonstrat.

S-a mai evitat ocolirea contradicțiilor care se ivesc la tot pasul, prin abordarea fenomenelor ce intră în cîmpul de preocupare al științei întemeiate de Alexander Baumgarten cu unele metodologii scientizante: structuralistă, semiotică etc. Ele s-au tradus, mai ales, prin înlocuirea termenilor desemnînd vechile și noile realități estetice cu expresii ambigue de tipul obiect artistic, obiect artizanal, obiect tehnic sau structuri artistice, structuri funcționale, structuri estetice (într-un sens mai larg), semne estetice, semne artistice (subordonate lor fiind semnele plastice diverse), semnificații artistice, semnificații ludice, practice etc. Se apelează, în asemenea împrejurări, la scheme și tabele, se apelează la calcule matematice și statistici. Textul devine însă specios. Se citește anevoie. În nici un caz, el nu poate suplini acea meditație asupra unor experiențe personale, în legătură cu frumosul și arta — meditație ce asigură, fără excepții, interesul public pentru studiile estetice la obiect de vocație filosofică recunoscută. Nu încapă îndoială: estetica de orientare structuralistă, estetica de orientare semiotică, estetica informațională reprezintă cucceriri ale vremii noastre, dar ele se adresează unui cerc restrîns de specialiști. Estetica filosofică, atunci cînd nu se menține doar la nivelul generali-

* Vezi: *Deuxième Congrès International d'Esthétique et de Science de l'Art*, Paris, 1937, pp. 143—146.

taților și clișeele, se bucură însă și de privilegiul de a fi, înainte de toate, populară. Ea constituie incitare la reflecție, indemn la gândire, invitație la a medita asupra a ceea ce ai văzut, cunoscut sau trăit tu însuși.

Așadar, în lumina situațiilor nou create se impune nu numai necesitatea recunoașterii adevărului că domeniul general al esteticului include astăzi — alături de artă — și alte „elemente” cu statut asemănător sau echivalent, dar și necesitatea precizării conținutului specific al acestora din urmă, necesitatea desemnării lor printr-o terminologie adecvată.

Termenii desemnând individual situațiile mai importante ce se dovedesc a intra acum, alături de artă, în componența esteticului, au fost prezentați anterior. Există, totodată, și tentația desemnării printr-un singur termen a tuturor domeniilor estetice ce nu pot fi confundate cu cel al artei. De mai multă vreme se caută conceptul cel mai potrivit. Până acum, au fost încercați doi termeni.

Primul este *paraartă*. El sună oarecum nefiresc, poate și datorită prezenței prea des repetată în construcția sa a aceleiași vocale „a”. Neajunsurile fonetice ar putea fi trecute cu vederea dacă nu s-ar asocia altora, de ordin semantic. Prefixul „para”, în vechea greacă avea mai multe sensuri: „în afară de”, „alături de”, „împotriva”, „ceea ce se opune la”, „ceea ce apare prin opoziție cu”. Aceleași sensuri erau sugerate însă, în latină, prin mai multe vocabule. Pentru terminologia filosofică, științifică și tehnică modernă, făcându-se apel la diferitele prefixe antice, în vederea alcătuirii de noi cuvinte, „para” a fost reținut, de regulă, cu sensurile „în afară de”, „alături de”, atunci când urma a fi utilizat în construcția unor cuvinte a căror rădăcină era și ea de origine grecească. E cazul multor cuvinte din vocabularul medical, printre altele: paraflebită, parafrenie, parakinezie, paranoia etc. În construcția cuvintelor având rădăcina de altă origine decât grecească, „para”

se folosește de obicei doar cu sensurile de „împotriva”, „ceea ce se opune la”, „ceea ce apare prin opoziție cu”: paramagnetic, paratrăznet, parapet, parașută, parasolar. Cum „artă” este de origine latină, primind drept prefix pe „para”, acesta nu va putea să-i asigure alte sensuri decât „împotriva”, „ceea ce se opune la”, „ceea ce apare prin opoziție cu”. Va fi întotdeauna imposibil să se facă abstracție de posibilitatea interpretării termenului „paraartă” astfel. Chiar precizându-i-se riguros o altă semnificație decât cea care îi poate fi atribuită pe baza experiențelor curente, pericolul unei anumite confuzii continuă să existe. Dacă sensurile cumva mai agresive ale prefixului „para” — „împotriva”, „ceea ce se opune la” — se anulează prin asocierea lui cu „artă”, întrucât aceasta exclude orice efect dăunător menit să justifice folosirea anumitor mijloace protejante, așa cum, ca să ne apărăm de trăznet, avem paratrăznetul, iar ca să ne apărăm de razele solare prea fierbinți există obiectul denumit parasolar, celălalt sens — „ceea ce apare prin opoziție cu” — se păstrează totuși integral. Prin „paraartă” nu se poate înțelege, deci, altceva decât „universul prezențelor estetice opuse artei”. Aceasta e de altminteri principala semnificație a conceptului de paraartă, atunci când el ajunge totuși să fie utilizat, în cadrul diferitelor dezbateri „savante”, pentru că la nivelul vorbirii curente nu a ajuns încă să circule. El referă însă deformat despre situațiile existente în sfera esteticului. Artizanatul, înlocuitorii tehnici și industriali de artă, „amenajatul estetic”, vestimentația, design-ul etc. nu se opun de fapt artei. Ele constituie doar realități estetice distincte. Dar confuzia dintre ceea ce este *distinct* și ceea ce este *opus* poate fi frecvent înțilnită astăzi, producând destule încurcături. Orice s-ar spune, „paraartă” facilitează înțelegerea eronată a situațiilor estetice care nu pot fi confundate cu arta.

Al doilea termen, utilizat uneori pentru a desemna situațiile estetice contemporane ce nu

pot fi confundate cu arta, atunci cind „paraartă“ se dovedește nepotrivit, este cel de *non-artă*. În special autorii francezi îl preferă, pentru a desemna însă nu atît realitatea vestimentației sau design-ului, cît creațiile așa-zis de avangardă, din perimetrul picturii sau sculpturii, care, deși nu posedă nici unul dintre atributele capabile să consacre o operă autentică, pretind totuși loc în muzee, în spațiile publice, importante, ale cetățitorilor ș.a.m.d. Joseph-Emile Muller, unul dintre cercetătorii atenți ai fenomenului artistic modern, a publicat chiar o carte, după cum am văzut, analizînd, dintr-un asemenea unghi de vedere, relația actuală dintre artă și non-artă. Neajunsurile termenului de „non-artă“ izvorăsc mai întîi din prea marea sa extindere. Tot ce nu este artă constituie non-artă, ar suna un adevăr formulat de către un cunoscut personaj literar. În limitele non-artei, artizanatul, vestimentația, design-ul nu mai contează ca domenii specifice, contopindu-se cu diferite alte situații, ce depășesc sfera esteticului. Vom înțelege astfel de ce lumea se arată în general foarte precaută în folosirea cuvîntului „non-artă“. De altfel, chiar încercînd să facem abstracție de faptul că non-arta are o sferă mult mai largă decît cea a esteticului, inconvenientele utilizării lui nu dispar complet.

A desemna design-ul, vestimentația, artizanatul, festivitățile, solemnitățile, amenajatul estetic al diferitelor spații arhitecturale — interioare sau exterioare — prin termenul la care ne referim presupune înțelegerea acestora numai ca fenomene estetice raportate la artă, ceea ce, iarăși, constituie o inadvertență. Situațiile estetice analizate anterior pot prezenta, de bună seamă, diverse grade de înrudire cu arta; citeodată, însăși denumirea lor sugerează respectivul grad de înrudire, cum se întîmplă în cazul artizanatului. Totuși, cel puțin astăzi, ele constituie realități estetice de sine stătătoare, dezvăluindu-și principalele sensuri numai în raport cu propriul rost, ca vaste sisteme

de forme specifice. Eventualele comparații sau paralele cu arta nu vor putea decît să le evidențieze specificitatea, iar nu să le-o condiționeze de raporturile posibile într-o atare privință. Desigur, este comod să recunoști ca estetic doar ceea ce prezintă evidentă înrudire cu arta sau, mai mult, ce apare ca o prelungire a artei, dîncolo de limitele ei tradițional recunoscute. Va fi însă greu să se ajungă vreodată la deplina înțelegere a fenomenelor nou apărute prin adoptarea unei asemenea poziții.

Trec, de obicei, neobservate inconvenientele comune ambilor termeni — „paraartă“ și „non-artă“. Atît unul, cît și celălalt sînt întotdeauna folosiți ca termeni desemnînd o realitate estetică omogenă, fie opusă artei, fie numai deosebită de cea a artei. Astfel, se vorbește despre „paraartă“ ca incluzînd artizanatul, design-ul, vestimentația, chiar unele producțiuni executate manual, de valoare estetică îndoelnică, atunci cînd, în realitate, e vorba despre domenii estetice care nu au nimic comun altceva decît faptul că nu pot fi desemnate prin termenul de artă. Se creează, astfel, o destul de mare confuzie în legătură cu fiecare dintre situațiile ce — dintr-un motiv ori altul — nu pot fi desemnate prin termenul de artă.

„Paraartă“ și „non-artă“ permit insinuarea că, undeva, situațiile estetice extra-artistice alcătuiesc un vast sistem de forme în limitele căruia intervine problema autonomiei relative a fiecăruia dintre subsistemele ce îl compun. Se ajunge astfel la „divizarea“ sferei esteticului în două părți egale, inegale, nu importă — una reprezentînd domeniul artei, cealaltă reprezentînd domeniul „paraartei“ sau „non-artei“, care ar cuprinde, bineînțeles, design-ul, vestimentația, artizanatul etc. Caracterul arbitrar și generator de confuzii al unei asemenea împărțiri este evident. Nu raporturile dintre artă și „non-artă“ sau „paraartă“ în general sînt cele care trebuie să ne intereseze, dacă vrem să înțelegem în spiritul adevărului actualele stări de lucruri din sfera esteticului, ci

raporturile dintre artă și design, dintre artă și vestimentație, dintre artă și artizanat, ca și raporturile reciproce dintre acestea din urmă.

Rezultă, prin urmare, — și sub acest aspect — că atât „non-artă” cât și „paraartă”, oricât am încerca să le precizăm în prealabil semnificația, nu pot fi utilizați ca termeni de lucru eficienți. Sint prea mari riscurile de a se provoca noi confuzii prin întrebuintarea lor, ca să-i acceptăm într-o atare calitate, chiar cu rezervele de rigoare. Din analizele întreprinse anterior a reieșit, credem, destul de clar, faptul că artizanatul, vestimentația, design-ul, celelalte situații estetice prezentate nu se constituie într-un sistem similar celui al artei. Ca și arta — în limitele căreia se cer distinse diferitele arte — oricare dintre situațiile estetice în discuție își are o problematică proprie, ce trebuie luată în considerare. Această problematică nu poate fi sesizată în toată complexitatea ei, dacă facem abstracție de faptul că situațiile estetice extra-artistice constituie domenii sau sisteme de forme deplin autonome.

Există, atât la nivelul reflecției curente, cât și al celei savante, tentația alcătuirii anumitor ierarhii cu privire la situațiile din sfera esteticului. Din acest punct de vedere, artele sint situate în centrul de interes al majorității cercetătorilor. Ele ar aduce în discuție esteticul sub aspectele sale cele mai relevante. Prin comparație cu domeniul general al artei, celelalte domenii din sfera esteticului sint privite ca realități minore, de care, fără îndoială, e bine să se țină seama, dar nu merită, nici pe departe, interesul ce trebuie acordat artei. Aici își găsește, probabil, explicația faptul că majoritatea creatorilor de forme din categoria celor asupra cărora am stăruit țin cu orice preț să fie considerați artiști. (Nu ne referim la acei designer-i și creatori de forme vestimentare ce ajung să se afirme și ca artiști plastici, dacă nu s-a întâmplat cumva ca să provină chiar din rîndurile acestora.) Satisfacerea unor atare ambiții se plătește, uneori, pe planul profesiei, foarte scump. Dacă în anumite țări profesiunea de

designer nu-și are pînă acum statutul precizat și recunoscut social, aceasta se datorește, de bună seamă, și confuziei existente, încurajată, citeodată, chiar de designer-ii cărora le place să fie considerați artiști. Intervine, astfel, o anumită nevoie de clarificare privind raporturile dintre diferitele componente contemporane ale esteticului, nu numai pentru marele public, dar și pentru creatorii de forme înșiși. Tocmai în legătură cu o asemenea nevoie de clarificare estetica se poate dovedi o știință socială eficientă.

Din cercetarea întreprinsă de către noi rezultă că atât conceptul de artă, cât și cele de design, vestimentație, artizanat etc. trebuie astăzi redefinite, în lumina fenomenelor nou apărute, a manifestărilor caracteristice mai ales perioadei de după ultimul război mondial. Nu se pune problema de a se acorda mai mult interes artei decît design-ului, vestimentației, ci de a le înțelege la dimensiunile lor actuale și cu problematica specifică pe care o aduc în discuție.

Am preferat, de aceea, în locul termenilor „paraartă” și „nonartă”, expresia *situațiile estetice extra-artistice*. Folosirea prefixului latin *extra* se justifică în lumina observațiilor formulate anterior; pe lângă derivatul unui termen de origine latină nu poate fi folosit decît un prefix de aceeași origine, care să-i asigure accepțiunile „în afară de”, „dincolo de”, „alături de”. Ar fi naiv să se creadă că utilizarea lui „extra” nu prezintă, și ea, anumite dificultăți. În construcția diferitelor cuvinte din vocabularul limbii noastre, el a căpătat, citeodată, sensurile — poate mai puțin explicate — de: „peste”, „mai presus de”, „mai mult decît”, indicînd astfel o subtilă stare de superioritate a realităților pe care le desemnează. Ele însă se anulează de la sine prin imposibilitatea folosirii lui „extra” în directă și normală asociere cu „artă”. Constituie o impietate să spui: „extra-artă” — care ar putea să aibă într-adevăr, și sensul de produs estetic superior, în raport cu ceea ce este recunoscut îndeobște ca artă. O asemenea realitate fiind, deci, imposibilă, dispare

și pericolul ce-l incumbă folosirea lui „para“ sau „non“, acela de a concepe domeniul esteticului divizat în artă și ceea ce se situează în afara artei, înțeles ca domeniu estetic unitar și de sine stătător.

Expresia „situațiile estetice extra-artistice“ nu desemnează, așadar, o realitate estetică omogenă, ci un grup de situații constituind, la ora actuală, domenii de sine stătătoare, alături de cel al artei, pe care studiile de specialitate nu le mai pot ignora. Vrem să fim cât mai expliciti: și design-ul, și vestimentația, și amenajatul estetic, și înlocuitorii tehnici sau industriali de artă se raportează, fiecare, la domeniul general al artei, după cum se raportează și unele la altele, ca realități estetice echivalente, cu nimic mai prejos sau mai presus una față de celelalte. Devine speculație scolastică lipsită de sens încercarea de a teoretiza pe marginea superiorității artei față de design, ori a vestimentației față de artizanat.

Așa cum am precizat de la început, investigația noastră nu are pretenția elucidării tuturor problemelor privind înțelegerea diferitelor componente ale domeniului general al esteticului, din perspectiva manifestărilor sale contemporane. Ceea ce ne-am propus îndeosebi a fost să atragem atenția asupra nevoii de a aborda, într-o lumină nouă, realitățile estetice specifice lumii de azi și de a prezenta unele dintre situațiile nou apărute sub aspectele care par a le caracteriza cel mai bine. Desigur, completări și corectări, în acest sens, sînt întotdeauna posibile.

INDICE

1. Nume, autori, titluri*

- Acconci V. 174
 Achim I. 337, *Introducere în estetica industrială* 337
 Adorno Th. (vezi și Horkheimer M.) 197, 268, *Dialektik der Aufklärung* 197, 268
 Aristotel 10, 95, 100, 124, 126, *Categoriile (Comentarii la categoriile lui Aristotel)* 95; *Metafizica* 124
 Arnheim R. 91, 93, 217—218, 332, *Toward a Psychology of Art* 91, 93, 217—218
 Assunto R. 141, *La critica d'arte nel pensiero medievale* 141; *Infinita contemporaneità* 141
 Augustin A. 125
 Baker J. 299
 Baltrušaitis J. 386, *Le Moyen Age Phantastique* 386
 Banham R. 340, 353 *Design by Choice* 353; *Industrial design e arte popolare* 340
 Barrière M. 274, *La Plastique féminine* 274
 Barthes R. 287, *Système de la mode* 287
 Basch V. 10, 129, *Essai critique sur l'esthétique du Kant* 129; *Essais d'esthétique, de philosophie et de littérature* 10
 Baudelaire Ch. 287, 292, *Curiosités esthétiques* 287, 292
 Baudrillard J. 188, 245—246, *La société de consommation* 188, 245
 Baumgarten A. G. 9, 16, 18, 27, 41, 43, 44, 93, 249, 252, 401, *Aesthetica* 18, 19, 26
 Bayer R. 99, 101, 142, 146, *Essai sur la méthode en esthétique* 101; *L'Esthétique de la grâce* 99, 142
 Behrens P. 342
 Beckett S. 157
 Bell C. 91
 Bense M. 35
 Bergson H. 154, *Le Rire* 154
 Bertram A. 318—319, *Design* 318—319
 Bihalji-Merin O. 182, *La fin de l'art à l'ère de la science* 182
 Bill M. 335
 Blaga Lucian 82, 95—96, 140, *Geneza metaforei și*

* Titlurile sînt indicate la poziția autorului, în original, cu excepția celor grecești care au fost date doar în traducere românească.

- sensul culturii* 96; *Spațiul mioritic* 140
Boileau N. 127, *L'art poétique* 127
Borev J. 107, *Sistemul categoriilor estetice* 107
Brâncuși C. 54
Brzezinski Z. 352, *Between two Ages* 352
Burke E. 24
Busch A. 353, *Product Design* 353
Caillois R. 287, *L'homme et le sacré* 287
Carlyle Th. 263, *Sartor resartus* 263
Cassirer E. 72
Călinescu G. 103, *Sensul clasicismului* 103
Čelebanović A. 246
Cellerier L. 84, *Les éléments de la vie affective* 84
Cernișevski N. G. 135, 152, *Esteticheskie otnošenija iskusstva k deistvitelnosti* 135, 152
Cervantes M. 157
Cézanne P. 139
Christo J. 173
Constantin P. 333, *Industrial design* 333; *Mică enciclopedie de arhitectură, arte decorative și arte aplicate moderne* 333
Croce B. 23, 109—110, 176, *Breviario di estetica. Estetica in nuce* 109; *Estetica come scienza dell'espressione e linguistica generale* 23
Daguerre J. 388
Darwin Ch. 134, *The descent of man and selection to sex* 134
De Nobelet J. 338, *Design* 338
Deschamps M. A. 265, *Le nu et le vêtement* 265
Deslandres Y. 265, 303, *Le costume, image de l'homme* 265, 303
Dessoir M. 138
Dewey J. 71—72 *Art as Experience* 71—72
Dibbets J. 172
Diderot D. 127
Dionisie Areopagitul (Pseudo) 125
Dobrogeanu Gherea C. 135
Dorflès G. 72—73, 171—172, 247, 316, 355, *Del significato alle scelte* 171; *Il disegno industriale e la sua estetica* 316; *Il Kitsch* 247; *Nuovi miti, nuovi riti* 73
D'Ors E. 103, *Lo barocco* 103
Du Bos J. 24, 214
Dufrenne M. 72, 105, 116, 139, *Le Beau* 139; *Phénoménologie de l'expérience esthétique* 72, 105; *Le Poétique* 105, 115
Dumitriu A. 95, *Philosophia mirabilis* 95
Durkheim E. 97, *Les formes élémentaires de la vie religieuse* 97
Ebeling I. 276, *Masken und Maskierung* 276
Eco U. 141, 172—173; *Sviluppo dell'estetica medioevale* 141
Eskett J. 353, *Industrial design* 353
Ewing E. 307, *History of 20-th century fashion* 307
Fechner Th. 132, 332, *Vorschule der Ästhetik* 132, 332
Fidias 54, 123
Fiedler K. 133
Florian M. 24, 128, *Metafizica și arta* 24, 128
Focillon H. 46, *La vie des formes* 46
Ford H. 331
Forty A. 341, *Objets of desire* 341
Foulquié P. 111, *Dictionnaire de la langue philosophique* 111
Freud S. 287, *Der Unbehagen in der Kultur* 287
Fromm E. 189, 196—197, 351—352, *Escape of Freedom* 197; *The Revolution of Hope* 351—352; *To Have or to Be* 189, 197
Frunzetti I. 141
Fry R. 91
Garner Ph. 382, *The Contemporary decorative arts* 282
Gautier T. 287, *De la mode* 287
Ghițescu G. 274, *Anatomia artistică* 274
Ghyka M. C. 36, *Esthétique des proportions dans la nature et dans les arts* 36; *Le nombre d'or* 37
Gilbert K. (vezi și Kuhn H.) 23—24, *A History of Aesthetics* 23—24
Gilette K. C. 330
Gillsch A. 394
Greenough H. 353, *Form and Function* 353
Gropius W. 334
Haeckel E. H. 394, *Kunstformen der Natur* 394
Hartmann N. 95, 97—98, 99, 129, 138, *Ästhetik* 138; *Grundzüge einer Metaphysik der Erkenntnis* 95
Hartung H. 154
Hauser A. 222—225, *Philosophie der Kunstgeschichte* 222—223, 224
Hegel G. W. F. 22, 95, 97, 99, 129—131, *Vorlesungen über die Ästhetik* 22
Hepburn A. 299
Herbart F. 129, 131
Heyl B. C. 106, *New Bearings in Aesthetics and Art Criticism* 106
Homer 123, *Iliada* 123
Horkheimer M. (vezi și Adorno Th.) 197, 268, *Dialektik der Aufklärung* 197, 268
Huisman D. (vezi și Patrix G.) 374, *L'esthétique industrielle* 374
Huizinga J. 268—269, *In de schauduwen van morgen, een diagnose van het gees-*
telijk van onzen tijd 268—269.
Hutcheson F. 24
Huyghe R. (vezi și Rudel J.) 46, 331. *L'art et le monde moderne* 331; *Formes et forces* 46
Iankelévitch VI. 155, *L'ironie* 155
Ianoși I. 112, 145, 176, *Leții de estetică* 112; *Nearță-artă* 176; *Sublimul* 145
Ionescu E. 157
Janson H. 174—175, *History of Art* 174
Job H. 172
Jones C. 319, *Design, Methods*
Kagan M. S. 174, *Morfologhia iskusstva* 174
Kandinski V. 154
Kant Imm. 10, 21, 22, 24, 86, 95—96, 100, 110, 112, 128—129, 144—145, 207, 335, *Beobachtungen über das Gefühl des Schönen und Erhabenen* 144; *Kritik der reinen Vernunft* 21, 24, 96; *Kritik der Urteilskraft* 86, 112, 144, 207
Klee P. 154
Kliver M. 338, *L'oggetto dell'estetica industriale* 338
Kohler W. 332
Kollmann F. 345, *Schönheit der Technik* 345
Kossuth J. 173
Krestovski L. 9, *La laideur dans l'art à travers les âges* 9
Kuhn H. (vezi și Gilbert K.) 23—24, *A History of Aesthetics* 23—24
Kumagai K. 300, *Fashion and Color* 300
Kunelis Y. 171, 172
Lalo Ch. 101, 213—214, 216, *Notions d'esthétique* 102; *L'art loin de la vie* 213
Lange K. 133

- Langer S. 49, 83, 84, 91—93, *Feeling and Form* 49, 83, 84; *Problems of Art* 84
- Lee Tate S. (vezi și Shafer Edwards M.) 300, *Fashion Illustration* 300
- Leger F. 337
- Leibnitz G. W. 127
- Lenin V. I. 98—99, *Caiete filosofice* 98
- Leonardo da Vinci 54, 217
- Limenjeva S. N. 116, *Poetices-koe o iskusstva* 116
- Loewy R. 341, 353, *La laideur se vend mal* 341; *Industrial Design* 353
- Long R. 173
- Loos A. 343
- Loschek I. 285, *Mode im 20 Jahrhundert* 285
- Lucie-Smith E. 341, *A history of industrial design* 341
- Lumière A. 395
- Lumière L. 395
- Maiorescu T. 135
- Malraux A. 102, 236, *Les voix du silence* 102
- Marcus S. 37
- Marcuse H. 197, *Eros and Civilisation* 197; *One-dimensional Man* 197
- Marx K. 26, 106, 245, 296, „Introducere“ la *Contribuții la critica economiei politice* 26
- Matè G. 250, *Universul Kitchului* 250
- Mayal W. H. 269, *Principles in Design* 369
- Michelangelo Buonarroti 53
- Michelis P. 103—104, *Esthétique de l'art bysantin* 103
- Mihail Z. 272, *Terminologia portului popular românesc* 272
- Mitry J. 388—389, *Dictionnaire du cinéma* 389; *Esthétique et psychologie du cinéma* 389—390
- Moles A. 35, 66, 244, 247—248, *L'image et la communication* 66; *Psychologie du Kitsch* 244, 248
- Morant (de) H. 353, *Histoire des arts décoratifs* 353
- Morin E. 72—73, *Les stars* 73
- Morris W. 231, 232
- Moutsopoulos E. 107, 140, 145—146, *Categoriile estetice* 107, 140, 146
- Mozart A. 139
- Muller J. E. 176—177, 183, 404, *L'Art et le non-art* 176, 183
- Mumford L. 215, 325—326, 327, 342, 390—391, *Art and Technics* 215; *Technics and civilization* 326, 390—391; *The Myth of Machine* 327
- Munro T. 174, 322, 401, *The arts and their interrelations* 174, 322, 401
- Niepcé N. 388
- Nietzsche F. 134
- Nitsch H. 171
- Noica C. 95
- Nystrom P. H. 300, 305—307, *Economics of Fashion* 300, 305
- Ogden C. K. (vezi și Richards I. A.) 137, *The Meaning of Meaning* 137
- Oppenheim D. 173
- Ortega y Gasset J. 187, *Rebelión de las masas* 187
- Pane G. 174
- Patric G. (vezi și Huisman D.) 374, *L'esthétique industrielle* 374
- Pevsner N. 344, *The sources of modern architecture and design* 344
- Pico della Mirandola 263
- Pisani V. 171
- Pitagora 121
- Platon 99, 123, 126
- Plebe A. 17—18, *Processo all'estetica* 17
- Pleșu A. 140, *Pitoresc și melancolie* 140
- Plotin 124
- Poggioli R. 285, *Teoria dell'arte d'avanguardia* 285
- Pollock J. 154
- Prall D. W. 91
- Presley E. 78
- Proudhon P. J. 342
- Pye D. 319—320, 322, 381—384, *The nature of design* 319
- Ragon M. 176—177, 183, 342—343, *L'Art: pour quoi faire?* 176, 183, 342—343
- Ragone G. 307, *Sociologia dei fenomeni di moda* 307
- Ralea M. 135, *Între două lumi* 135
- Read H. 316, 355, *Art and industry* 316
- Richards I. A. (vezi și Ogden C. K.) 137, *The Meaning of Meaning* 137
- Roselle (du) B. 307, *La crise de la mode* 307
- Rosenkranz K. 9, *Ästhetik des Hässlichen* 9
- Rudell J. (vezi și Huyghe R.) 321, *L'art et le monde moderne* 321
- Russel B. 95, 113, *A History of Western Philosophy* 95
- Santayana G. 91, 136—137, *The Sense of Beauty* 136
- Schiller Fr. 99
- Schelling F. W. J. 99
- Schopenhauer A. 50, 99, 134, 267
- Segond J. 400, *La notion d'arts virtuels* 400—401
- Selle G. 341, *Die Geschichte des Design* 341
- Servien P. 36—37, *Principes d'esthétique* 37; *Les rythmes comme introduction physique à l'esthétique* 36
- Shafer-Edwards M. (vezi și Lee Tate S.) 300, *Fashion Illustration* 300
- Shils E. 249—250, *Mass Society and its Culture* 249—250
- Simmel G. 287, *Philosophie der Mode* 287
- Simondon G. 338, *Du mode d'existence des objets techniques* 338
- Sizaranne (de la) R. 396—397, *Les questions esthétiques contemporaines* 396—397
- Smeu Gr. 140, *Sensibilitatea estetică românească* 140
- Sofocle 123
- Sombart W. 287, *Wirtschaft und Mode* 287
- Souriau A. 105, *La notion de catégorie esthétique* 105
- Souriau Et. 102, 145, 336—337, *L'avenir de l'esthétique* 336; *Passé, présent et l'avenir du problème de l'esthétique industrielle* 337; *Le sublime* 145
- Souriau P. 335—336, *La beauté rationnelle* 335
- Spencer H. 287—288, *Ceremonial Institutions* 287
- Spirito U. 179—180, 195—196, *Arte nel mondo della scienza e della tecnica* 179—180, 195—196
- Stahl P. H. 222, *Meșteriile țărani și creațiile lor de artă* 222
- Ștefănescu I. D. 219—220, *Arta veche a Maramureșului* 219—220
- Taine H. 135
- Tarde G. 288—289, *Les lois de l'imitation* 288—289
- Toma d'Aquino 125—126, 213
- Töffler A. 188—189, *Future Shock* 188
- Tonini V. 272, *Semantica del costume* 272
- Twiggy 299
- Valéry P. 86
- Van de Velde H. 333, 342
- Van Meegeren H. 73, 76—77

- Veblen T. 293—295, *The arta Theory of Leisure Class* 293—295
- Vermeer J. 73, 78
- Verushka 299
- Vianu T. 109, 127—128, 130, 133, 332, *Estetica* 109; *Istoria esteticeii în texte alese* 128, 130, 133; *Studii de filosofie și estetică* 127
- Vico G. B. 24
- Viénot J. 211—213, 336, 378—379, 400, *La République des Arts* 211, 378—379, 400
- Vischer Th. 99
- Wichmann H. 353, *Industrial Design, Unikate, Serien-erzeugnisse* 353
- Wilson J. 173
- Wolff Cr. 18, 22
- Worringer W. 102, *Abstraktion und Einfühlung* 102
- * * *
- Deuxième Congrès International d'Esthétique et de Science de l'Art* 87, 396
- * * *
- Il Disegno dell'Alta moda Italiana* 307
- * * *
- Twentieth — Century American Design* 341
2. Termeni *
- absurdul 106, 157, 159
- admirabil 146
- agreabilul 8, 115, 120, 197
- album 201, 236, 394
- amenajarea estetică a diferitelor spații arhitecturale 8, 14—15, 203, 253—262
- amuzant 152, 156
- anost 157—158
- arhetip 45, 64—65
- arhitectură 31, 58, 252—257, 367, 371, 400
- 8, 12, 30—32, 47, 54, 54, 57, 104—105, 117, 131, 161—178, 181—187, 199, 212, 227, 320—322, 339—340, 336, 397, 399, 401—408
- cultă 221, 230
- de curte 222
- de masă 222—225
- industrială 64, 170, 229, 230, 399
- interiorului 252
- populară 194, 211, 218—225
- provincială 222—223, — țărănească 220—223
- arte 29, 31, 55, 58—59, 390, 406
- aplicate 59
- decorative 31, 59, 194, 215, 218—225, 399
- frumoase 22, 57—58
- plastice 21, 58—59, 215
- vizuale 31, 55
- virtuale 175, 400—401
- artist 55, 174, 183, 207, 213—219, 230—231, 367, 384, 390, 406
- artizan 213—219
- artizanat 8, 11, 13, 15, 47, 54, 170, 192—194, 206, 208, 210—233, 235, 316, 400—408
- banalul 157—158
- bizarul 157, 159
- bricolaj 194
- bucurie 50, 56, 86
- capricii ale modei 306
- case de modă 290, 308
- categorii 94—100
- estetică 93, 94, 100—160
- centre ale modei 308
- ceremonial 204
- ceremonie 79—80, 261, 267, 275, 404
- coafură 277
- cochetărie 278
- colosal 147
- comical 8, 101—103, 105—106, 119, 147—148, 152
- contexturi 303
- copie (artistică) 47, 68—69, 234—236
- costumație 271
- cotidian (timp) 79, 267
- creație 52, 65, 163—164, 200, 216, 374
- decor-decorațiune 60—64, 315, 341—344
- defilare 281
- delicat 143
- demers estetic 15, 33—40
- de tip filosofic 33—36
- de tip scientizant 37—40
- de tip științific 36—37
- derizoriu 157
- design 8, 11, 12, 13, 15, 47, 54—55, 174, 203, 206—208, 239, 290, 315—384, 400—408
- ambiental 252, 359—361
- de comunicații vizuale 359, 361—362
- obiecte 359, 362—367
- designer 11, 208—209, 321, 350, 358, 367—381, 384
- desuet — desuetudine 77, 279
- diafan 144
- diletant 204—206
- disciplină filosofică 18, 26—29
- divertisment 268
- doctrină 111
- dramatic 151—152
- drapaj 266
- drăguș 140
- echipament de protecție 209, 364—365
- elegant 143
- emoție 56, 83, 89—90, 163
- estetica 10, 13—16, 17—43, 44, 162—164, 209, 396—399, 400—408
- amenajatului interior și exterior 32
- antropologică 36
- artelor decorative 31
- artelor plastice 31
- descriptivă 40
- generală 29
- industrială 30, 32, 336
- îmbrăcăminteii 30, 32
- normativă 40
- obiectivă 40
- psihologică 35
- sociologică 35
- subiectivă 40
- esteticul 7—11, 30, 43, 117, 197, 267, 402, 405
- exemplar de tiraj sau serie mică 68—69
- experiență estetică 7, 69—72
- expresiv 48, 49—50
- fabricație 52, 65
- fastuos 146
- feeric 140
- fermecător 140
- festivitate 79—80, 261, 267, 275, 404
- film 195, 201, 235—236, 385, 395—399
- fin — finețe 143
- formă — forme 20, 44—82, 83—160, 162—167, 169, 195, 218, 238—239, 321—322, 334, 381, 405
- artificiale 46—47, 211
- artistice 57, 163, 186, 240, 322
- bidimensionale 46
- dinamice 46
- funcționale 46, 65
- industriale 164, 193, 316, 367—371
- naturale 46—47
- statice 46
- tridimensionale 46
- utilitare 46—47, 168, 369
- vizuale 45
- fotografie 31, 67, 195—196, 201, 236, 285, 388—394, 396—397, 399
- frumosul 7—9, 102—103, 104—106, 110, 114, 118, 120—141, 147—148, 179—197, 200, 401
- artistic 9, 22, 130, 193, 201, 397
- industrial 193, 397
- natural 9, 130, 193, 201, 397

* Trimiterea se face numai la paginile în care termenul indicat apare într-un context definitoriu

gadget 191—192
gingaș 144
grandios 102, 147
grațiosul 8, 101—102, 104—105, 109, 114, 141—144, 147—148, 184, 197
groaznicul 159
grosolanul 159, 197
grotescul 105—106, 159, 197
gust 88—89, 120, 240, 250—252, 257, 370, 378—379

haute couture 309
hazliu 152, 156

idilic 140
imagine 66, 181, 194—197, 201, 237—238, 384—388
interesantul 115, 118
ironie 155

îmbrăcămintă 15, 209, 263—314, 264—365
împodobi 63
încântare 50, 51, 56, 85, 163
înlocuitori tehnici și industriali de artă 15, 54—55, 202, 234—243, 403
înviațămîntul contemporan de design 372—377, 379—380

joc 93, 190—191
josnicul 159
jucărie 356

Kitsch 11, 170, 177, 194, 208, 240, 243—252

ludic 191

machetă 64, 66—67
machiaj 275—277
magnific 147
mașină 325—327
măreț 147
melodramatic 152
minunat 140
mirific 140
mit — mitizare 76
modă vestimentară 209, 280, 285—314, 399
model 64—65, 219, 292
modern 77, 289, 306

monstruosul 159—160
monumental 146—147
multiplicare 68

non-artă 161—178, 404—407
nostim 152, 156

obiect 52—54, 181, 185, 193—197, 211, 316, 321, 323, 355, 358, 381
— *artistic* 52—53
— *artizanal* 52—53, 185, 193, 211
— *cultural* 192
— *estetic* 52
— *industrial* 52—63, 185, 190, 323, 373, 400
— *ludic* 52, 190
— *utilitar* 52, 207, 373
obscurul 159
opera de artă 8, 52, 53, 55, 165, 169, 181, 400
oribilul 197
original 47—47, 167, 236
originalitate 48—49, 55—56, 114, 167, 169, 186, 214
ornament 60—64, 315, 341—344

paraartă 402—407
paraartistic 16
paradă 281, 291
paraesthetic 15
pateticul 102, 115, 117—118
pavoazare 260—262
pitoresc 102, 140
plăcere estetică 83, 86, 90
plăpînd 144
podoabe 60—64, 239, 279, 356
— *artistice* 64
— *naturale* 64
poeticul 102, 115, 116—117
prelucrarea materialului 56
— *artizanală* 47, 56, 218
— *industrială* 47
prestigiu monden 290, 309
prêt-à-porter 309—311
producție 52, 65, 165—166
produs 51, 165—166, 230, 244
— *artistic* 51—53
— *artizanal* 51, 218
— *industrial* 51, 52, 241, 357—358, 373, 378
profan 78—79

profesionist 204—206
prototip 45, 52, 64—65, 165—167, 207, 357, 374
psihologia artei 40

replică 47, 68—69, 234, 236
reprezentare-reprezentationalitate 66—68, 384—388
reproducere 68—69, 195, 201—202, 235—237, 393—394
repulsie 51
ridicol 156
rit — ritual 77
ris și suris cu motivație estetică 152—156

sacru 78—79
satisfacție (estetică) 50, 56, 83, 85—86, 90
sărbătoresc (timp) 79, 227, 267—270
semn 37—39, 194—195, 401
sentiment 11, 56, 83, 89—90, 100—160, 162—164
serie (exemplar de) 65, 165—166
sistem 32, 39—40, 110—112
sistemul categoriilor estetice 110
situații (domenii) estetice
— *extra-artistice* 11—12, 32, 199—209, 400—408
sociologia artei 40
solemn 146
solemnitate 79—80, 261, 267, 275, 404
somptuos 147
spectacol 48, 50, 114, 266—267, 287
speculație (filosofică) 33
splendid 140
standard 48, 167
stil 80—82, 305—306, 345—346, 356—359
stilizare 61, 344—347, 357
structuralism 11
styling 346—347

suav 144
sublimul 8, 101—102, 104, 106, 109—110, 114, 119, 144—147, 183
succedane artistice 202—203, 229, 235—242
surogate de artă 202—203, 235, 241—243
știință 17—18, 26—29, 51

talent 52, 55, 216, 221
tehnici de mistificare vizuală 297—308
televiziune 196
teorie 111
— *a ansamblurilor* 11
— *a artei* 40
— *a comunicației* 38—39
— *a informației* 39
— *a semnelor* 37—38
— *a sistemelor* 11, 39
tragicul 8, 102—103, 105—106, 109—110, 119, 147—151
trăire 44, 88, 93, 112, 163
tunsură 277
turism 184, 231, 385, 387

umor 154
unealtă 326
unicat 56
uritul 9, 104, 114, 157—158
uzură 347—348
— *fizică* 347—349
— *morală* 347
— *estetică* 347—349
valoare estetică 70, 113—114, 250—252
vestimentație 12, 15, 209, 263—314, 400—407
veșmînt 266, 270—271, 276—279, 364
— *drapat* 266
— *cusut* 266
vetust 157—158, 279
videocasete 394, 398
vitrină 259

PREMISE	5
---------------	---

I. PROBLEME DE METODOLOGIE..... 17

1. Procesul unei științe?	17
2. Ce vroia de fapt Baumgarten?.....	18
3. Estetica — disciplină filosofică sau știință?	27
4. Estetică și estetici	29
5. Modalități ale demersului estetic.....	33
a. <i>Demersul de tip filosofic în estetică</i>	33
b. <i>Demersul de tip științific în estetică</i>	36
c. <i>Demersul de tip scientizant în estetică</i>	37
6. Estetica și științele înrudite	41
7. Noua deschidere	41

II. PROBLEME DE TERMINOLOGIE 44

1. Conceptul de formă	44
2. Original și standard	48
3. Formele estetice vizuale — prezențe generatoare de spectacol. Expresiv și inexpressiv	48
4. Forma ca produs; forma ca obiect; forma ca operă. Producție, fabricație, execuție artizanală, creație	51
5. Formele artistice	57
6. Decorațiuni, ornamente, podobe	60

7. Arhetip, prototip, exemplar de serie mare, model, machetă	64
8. Formă și imagine	66
9. Multiplicare și reprezentare. Copie, replică, exemplar de tiraj sau de serie mică, reproducere	68
10. Experiența estetică	69
11. Perceperea estetică a formelor vizuale. Deformări optice și deformări afective....	72
12. Mitizare și demitizare	75
13. Timpul de implicare afectivă. Modernitate și desuetudine	77
14. Cotidian și sărbătoresc. „Sacru“ și „profan“	78
15. Festivitate, ceremonie, solemnitate....	79
16. Stilurile	80

III FORME ȘI SENTIMENTE 83

1. Definiții discutabile	83
2. Trăire, emoție, gust, sentiment.....	88
3. Cel mai ușor e să demolezi totul; dar ce vei pune în loc?	90
4. Problema categoriilor estetice — conversiune sau diversiune?	93
5. Cum să ne mai înțelegem?.....	107
6. Referitor la categoriile estetice oarecum specifice vizualității	112
7. Primele „piese detașate“: Poeticul, Pateticul, Interesantul, Agreabilul.....	115
8. Frumosul	120
9. Variante ale frumosului: drăguț, pitoresc, idilic, mirific, minunat, feeric, fermecător, splendid	140
10. Grațiosul	141
11. Variante ale grațiosului: fin, delicat, elegant, suav, diafan, gingaș, plăpînd....	143
12. Sublimul	144
13. Variante ale sublimului: fastuos, admirabil, monumental, grandios, colosal, magnific, solemn și somptuos, eroic.....	146
14. Tragicul	148

15. Înrudirile tragicului: dramatic și melodramatic	151
16. Comicul: nostim, amuzant, hazliu, ridicol; esența rizibilului; ris și suris cu motivație comică	152
17. Categorii estetice cu sens negativ mai mult ori mai puțin pronunțat: Banalul, Anostul, Vetustul, Uritul, Absurdul, Bizarul....	157
18. Alte posibile categorii estetice negative: Grosolanul, Grotescul, Josnicul, Obscenul, Groaznicul, Monstruosul	159
IV. ARTĂ ȘI NON-ARTĂ.....	161
1. Conceptul tradițional de artă.....	162
2. Primele nepotriviri de sensuri.....	164
3. Vechile înțelesuri ale artei și interpretarea lor forțată	167
4. Ocolirea dificultăților poate constitui doar o „rezolvare“ de moment.....	174
5. Ce putem, totuși, reține?.....	177
V. DESPRE EXPANSIUNEA CONTEMPORANĂ A FRUMOSULUI	179
1. Expansiunea contemporană a frumosului prin intermediul formelor din sistemul artei	181
2. Expansiunea contemporană a frumosului prin intermediul formelor cu „statut“ de obiect — industrial sau artizanal....	185
3. Expansiunea contemporană a frumosului prin intermediul a ceea ce numim imagine	194
VI. SITUAȚIILE ESTETICE EXTRA-ARTISTICE	199
VII. ARTIZANATUL	210
1. În căutarea unei definiții. Artistul și artizanal	210
	420

2. Artele decorative, arta populară și artizanatul.....	218
3. Artizanatul de condiție veche și artizanatul de condiție nouă.....	225
4. Un concept neelaborat încă suficient....	232
VIII. ÎNLOCUITORII TEHNICI ȘI INDUSTRIALI DE ARTĂ	234
1. Tentația înlocuitorilor de artă.....	234
2. Succedaneele	236
3. Surogatele	241
4. Fenomenul Kitsch.....	243
5. Instabila scară a gusturilor.....	250
IX. AMENAJAREA ESTETICĂ A SPAȚIILOR ARHITECTURALE — INTERIOARE ȘI EXTERIOARE	253
X. VESTIMENTAȚIA	263
1. Îmbrăcămintea — element definitoriu pentru condiția umană	263
2. Timpul de lucru și timpul de sărbătoare..	267
3. Veșmintele	270
4. Efecte estetice adiacente	273
5. Resortul sociologic	278
6. Moda vestimentară	285
7. Ochiul poate înșela. Tehnici de „mistificare“ vizuală.....	298
8. Situații contemporane	308
XI. DESIGN-UL	315
1. Dificultăți de înțelegere	315
2. Domeniul design-ului	319
3. Cauzele care au condus la apariția design-ului ca fenomen specific civilizației moderne	323
a. Cauze de ordin economic general.....	324
b. Cauze de ordin tehnologic.....	325
c. Cauze de ordin economic restrins — specifice producției industriale de după 1850..	329

d. Cauze de ordin științific.....	331
e. Cauze de ordin cultural.....	339
4. Principalele etape ale dezvoltării design-ului	341
a. Sub semnul „aplicativismului“	341
b. Sub semnul „modernismului“	343
c. Sub semnul „stilismului“	344
d. Sub semnul „consumismului“	349
e. Astăzi, încotro?	352
5. Direcții actuale de afirmare.....	354
a. Problema stilurilor naționale în design..	356
b. Design-ul ambiental	360
c. Design-ul de comunicații vizuale.....	361
d. Design-ul de obiecte	362
6. Statutul designer-ului, ca specialist, în prima jumătate a secolului XX.....	367
7. Învățămîntul contemporan de design..	372
8. Avatarurile unei profesii	377
9. Încercare de sinteză	381

XII. REDESCOPERIREA ESTETICĂ A NATURII PRIN INTERMEDIUL TEHNICII MODERNE	385
--	-----

CONSIDERAȚII FINALE	399
---------------------------	-----

INDICE	409
--------------	-----